



大 子 町 観 光 振 興 基 本 計 画

(2018 (平成 30) 年度～2022 (平成 34) 年度)



2018 (平成 30) 年 3 月
大子町役場観光商工課

目 次

第1章 大子町観光振興基本計画策定について	P3
1. 計画策定の背景	P3
2. 計画策定の目的	P3
3. 計画策定の方法	P3
4. 計画の期間と他の計画との関係	P3
5. 本報告書の構成	P5
第2章 外部環境／内部環境の整理について	P7
1. 国の観光の現状	P7
2. 茨城県の観光の現状	P11
3. 大子町の観光の現状	P16
4. 大子町を取り巻く現況（SWOT 分析）	P27
第3章 将来ビジョン及び観光振興の基本方針について	P28
1. 大子町の将来ビジョンと目標	P28
2. 観光振興の基本方針	P30
3. 観光におけるターゲットの設定	P32
4. 計画の数値目標	P33
第4章 重点取組事項及びアクションプランについて	P34
1. 重点取組事項とアクションプラン	P34
第5章 推進体制及びスケジュールについて	P37
1. 推進体制	P37
2. スケジュール	P38
資料編	P39

第1章 太子町観光振興基本計画策定について

1. 計画策定の背景

国を挙げての観光振興，地域活性が進められている中，今後の外部環境を鑑みると，茨城県に大勢の人が来訪する 2019（平成 31）年「いきいき茨城ゆめ国体」の開催，国を挙げての世界的イベント 2019（平成 31）年「ラグビーワールドカップ日本大会」，2020（平成 32）年「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」の開催など，観光客，特に訪日外国人の増加が期待される一大イベントが目白押しとなっています。以上のような外部環境を的確に捉え，実りある観光振興を推進するために，観光商工課では、2018（平成 30）年度から 2022（平成 34）年度までの 5 ヶ年を期間として，観光振興に関する戦略及びアクションプランとなる「太子町観光振興基本計画」を策定することとしました。

2. 計画策定の目的

このような外部環境の中，本計画を策定する目的は，第一に，「太子町に多くの観光客を呼び込むこと」です。100 万人を超える観光入込客数を記録するわが町において，まずは多くの観光客にお越し頂く方法をしっかりと考える必要があります。第二に，「お越し頂いた観光客に楽しみながら消費活動を行って頂くこと」です。観光による経済波及効果をしっかりともたらすことは，町の将来の持続的繁栄に不可欠です。そして，何よりこのような観光立町の姿を住民自らの手で作り上げることで，「住民一人ひとりが町に対する愛着・プライドを持つことができるようになること」です。この 3 つの目的を実現するために本計画を策定することとしました。

3. 計画策定の方法

計画の策定においては，様々なデータを活用することとします。具体的には，外部環境の分析については，国，県がまとめている観光に関する定量データを活用します。内部環境の分析については，JTB が実施した観光地調査や今回の計画策定のために実施した独自アンケート調査等のデータを活用します。このような定量的データ等を基に，町内外の有識者による策定委員会での検討，町民等が広く参加した勉強会による議論等を重ね，今後 5 年間の戦略，具体的なアクションプランを作成することとしています。

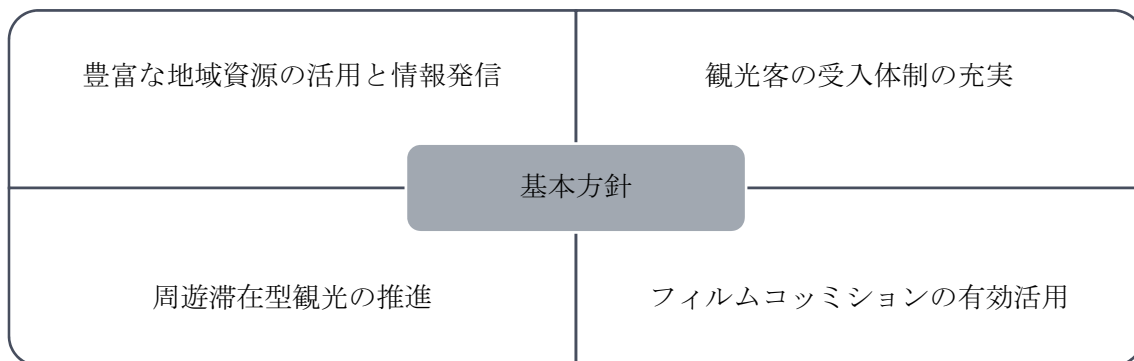
また，マーケティング戦略の基本的な考え方として，①見込客（新規ターゲット顧客層）へのアプローチ，②入込客数の増加，③周遊客・宿泊客数を増やし（滞在時間を伸ばし），観光消費額を増やす，④リピート顧客を増やすという 4 つのステップを考えています。

4. 計画の期間と他の計画との関係

本計画は 2018（平成 30）年度から 2022（平成 34）年度までの 5 ヶ年を計画期間としています。また，中間年度にあたる 2020（平成 32）年に計画の進行状況を確認することとしており，その状況次第では，本計画の見直しを行うことも想定しています。

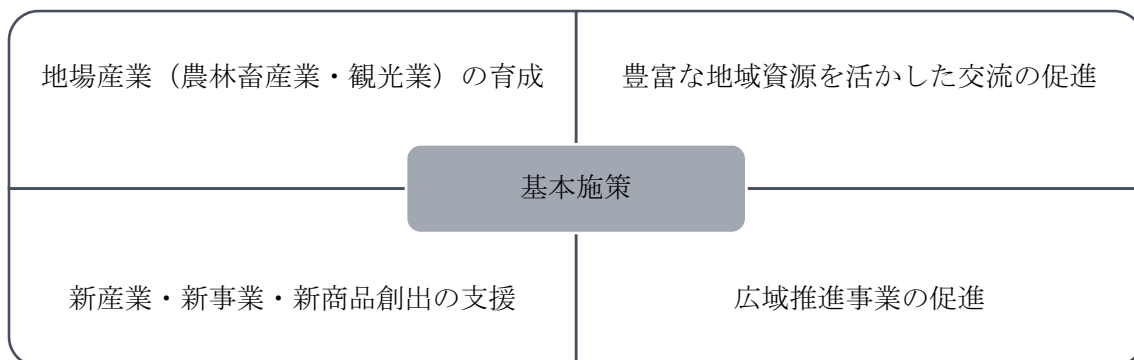
なお，町の最上位計画である「太子町第 5 次総合計画後期基本計画」（2015（平成 27）年度～2019（平成 31）年度）及び地方創生の総合計画である「太子町まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2015（平成 27）年度～2019（平成 31）年度）とは密接に連携を図るとともに，本計画においては，特に観光振興に関する分野での方向性・戦略立案・アクションプランの作成に特化したものとしています。

① 大子町第5次総合計画後期基本計画の概要



大子町の第5次総合計画後期基本計画の中にも、観光振興に関する方針が主に4点記載されています。これら基本方針を踏まえ本計画を作成することとします。

② 大子町まち・ひと・しごと創生総合戦略の概要



同じく、大子町まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本施策にも観光産業に関する事柄が主に4点言及されています。これらの基本施策も踏まえ本計画を作成することとします。

③ 各計画の対象年度の関係

本計画の対象年度と先行する2つの計画との間では、2年程度のずれが生じますが、上位計画が終了する2019（平成31）年度末・2020（平成32）年度始めを本計画の中間年度と位置付け、計画の遂行状況を確認することとします。

計画名	2015(平成27)年度	2016(平成28)年度	2017(平成29)年度	2018(平成30)年度	2019(平成31)年度	2020(平成32)年度	2021(平成33)年度	2022(平成34)年度
大子町第5次総合計画後期基本計画	←	←	←	←	←	→		
大子町まち・ひと・しごと創生総合戦略	←	←	←	←	←	→		
大子町観光振興基本計画				←	←	←	←	←

5. 本報告書の構成

本報告書の構成は以下のとおりとなります。

① 外部環境／内部環境の整理（第2章）

外部環境分析として、国や茨城県の観光に関する現状について、オープンデータを活用して分析を実施します。また、内部環境の整理として、独自調査「袋田の滝観瀑台でのアンケート調査」、JTBの「JTB パワーインデックス調査」等を活用して観光の現状を分析します。これら外部環境分析・内部環境分析を経て、大子町の観光に関する課題を抽出します。なお、課題抽出に際しては、SWOT分析も実施します。

② 将来ビジョンと観光振興の基本方針（第3章）

各種調査から得られた課題、策定委員会・勉強会での検討・議論等を踏まえ、本町の「観光に関する将来ビジョン」を策定します。また、その将来ビジョンを達成するための「観光振興の基本方針」、今後本町が狙うべき「ターゲットの設定」、本計画の「具体的な数値目標」も設定します。

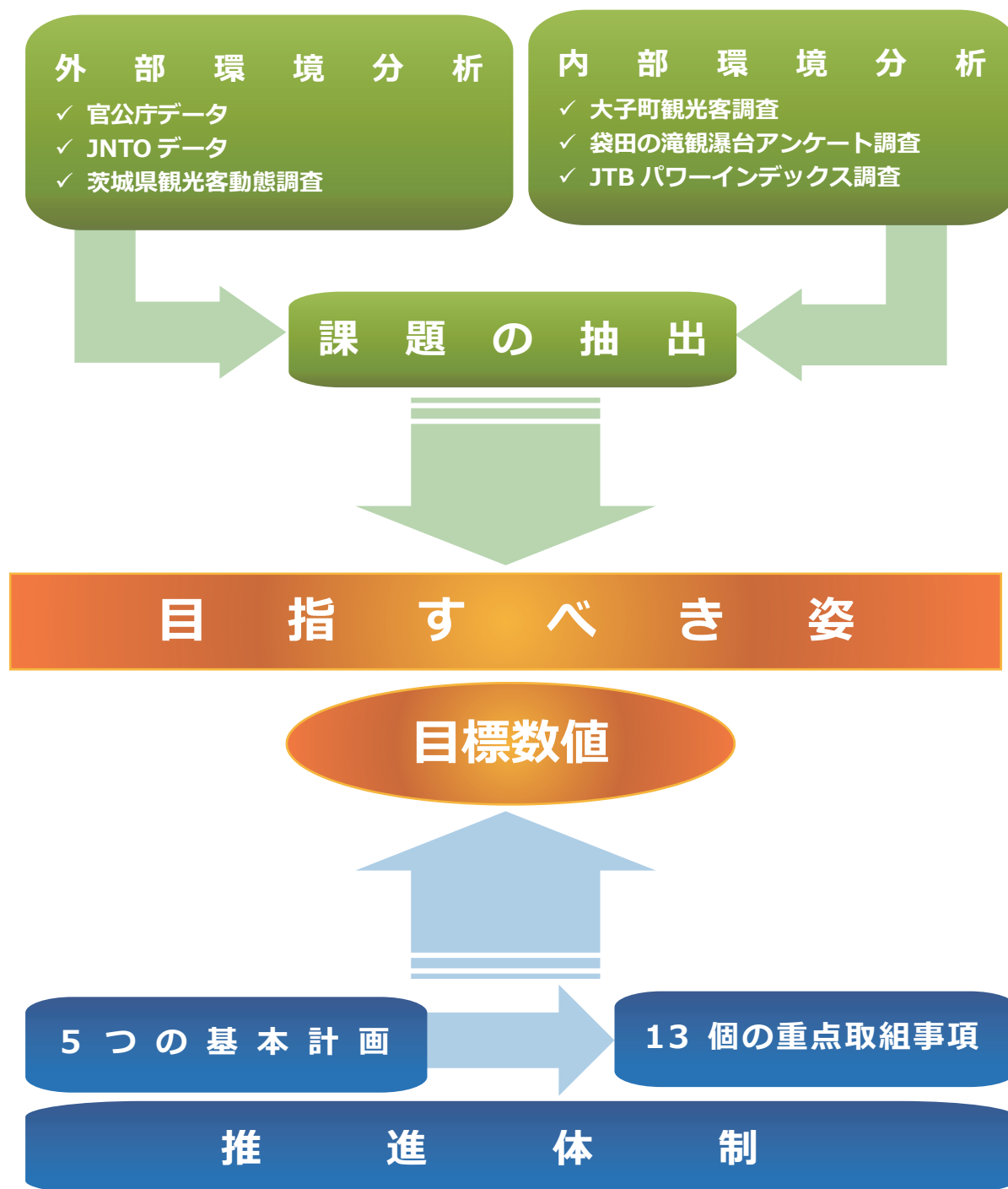
③ 重点取組事項とアクションプラン（第4章）

基本方針の中で、特に重点的に取り組む項目を「重点取組事項」として13項目設定します。

④ 推進体制とスケジュール（第5章）

計画として掲げた重点取組項目をどのような体制で、どのようなスケジュールで実施するかを本章で記述します。

図 1：本報告書の概要



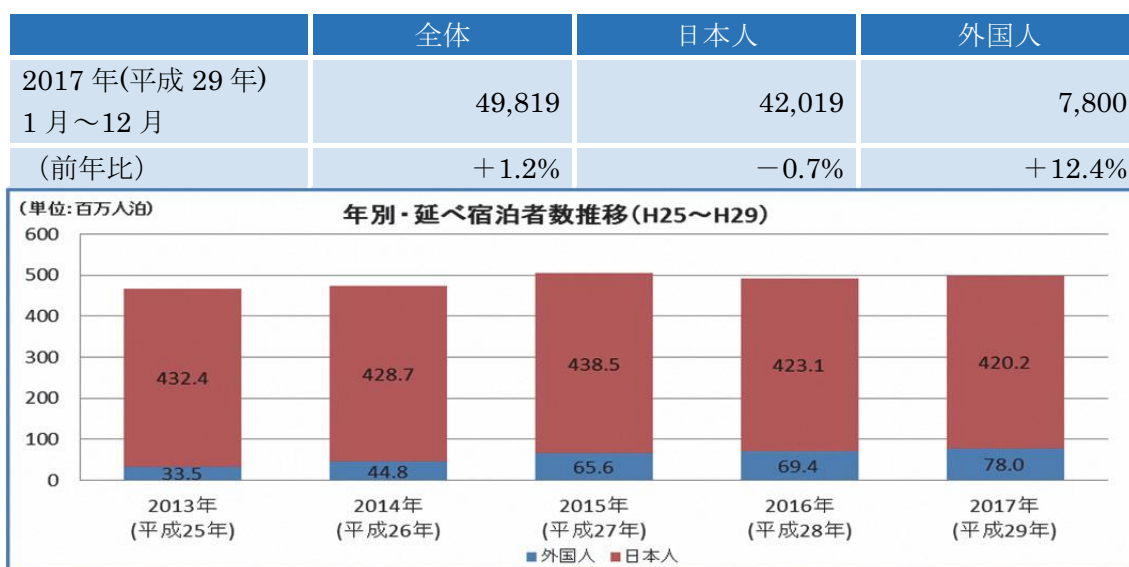
第2章 外部環境／内部環境の整理について

1. 国の観光の現状

我が国の観光の現状を確認します。まず、過去5年（2013（平成25）年～2017（平成29）年）の年別・延べ宿泊者数の推移の確認です。近年、4億人泊後半から5億人泊程度で増減を繰り返しています。日本人の宿泊者に大きな変化は見られませんが、外国人の宿泊者数は大幅な増加が続いていて、全体の中でも存在感が年々増えています。

図2：年別・延べ宿泊者数の推移

（万人泊）

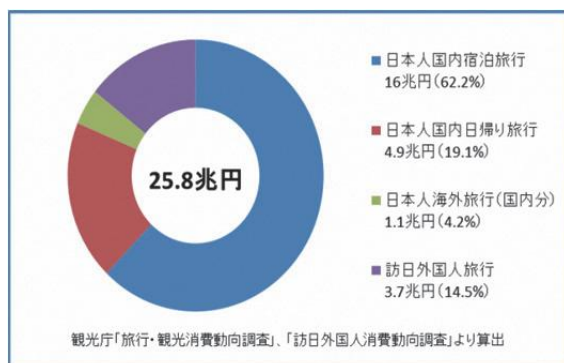


出典：観光庁

次に、旅行の消費額に目を向けます。2016（平成28）年の旅行消費額は、25.8兆円となっており、国内の経済活動においても大きな役割を占めていることが分かります。特に、外国人観光客の消費額は大きく増加しており、我が国にとっては観光が外貨獲得に一役買っていることが分かります。

図3：旅行消費額の推移

2016（平成28）年の旅行消費額



旅行消費額の推移について（2010年～2016年）

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
日本人国内宿泊旅行	15.4	14.8	15.0	15.4	13.9	15.8	16.0
日本人国内日帰り旅行	5.1	5.0	4.4	4.8	4.5	4.6	4.9
日本人海外旅行（国内分）	1.1	1.2	1.2	1.2	1.1	1.0	1.1
訪日外国人旅行	1.1	0.8	1.1	1.4	2.0	3.5	3.7
合計	22.7	21.8	21.8	22.8	21.6	24.8	25.8

単位：兆円

出典：観光庁

近年、存在感を増している訪日外国人観光客に目を向けてみます。まず、観光客数の推移ですが、2017（平成 29）年は過去最高の 2,869 万人の外国人観光客が訪日しました。対前年比で約 20%近い伸び率で 3,000 万人が現実味を増しています。

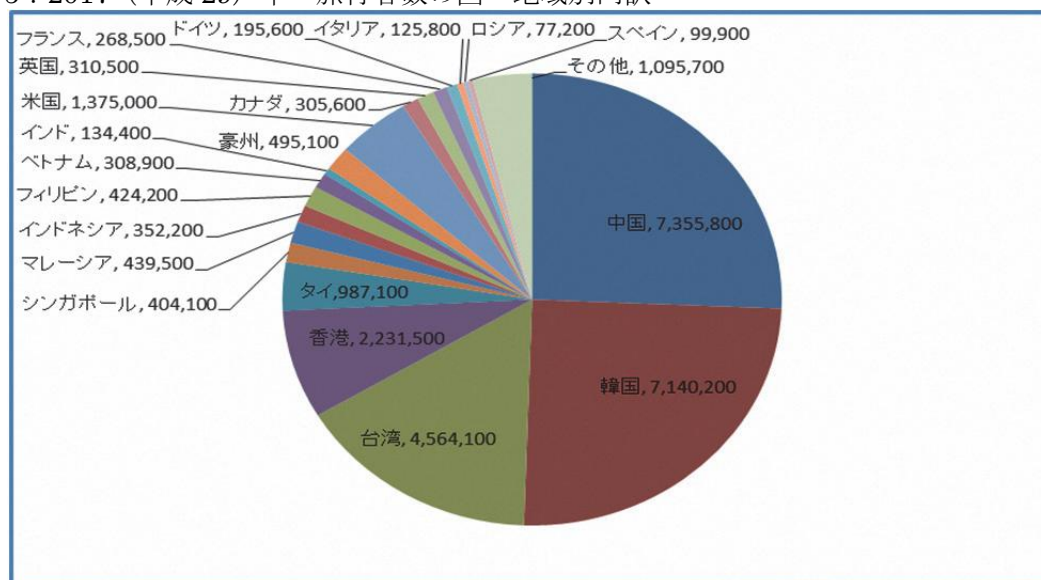
図 4：訪日外国人観光客数の推移



出典：JNTO（一部加工）

次に国・地域ごとの内訳を見てみると、中国、韓国で約半分となっていることが分かります。これに台湾・香港を入れたら、東アジアで全体の約 75%を占めています。

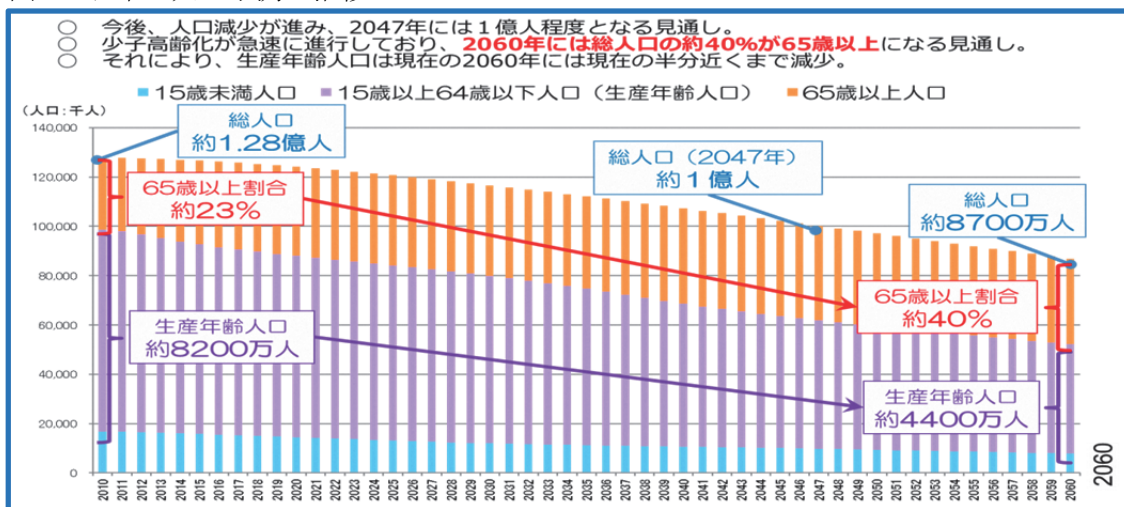
図 5：2017（平成 29）年 旅行者数の国・地域別内訳



出典：JNTO（一部加工）

将来の我が国の人口予測を見ると、2060 年には総人口が 8,700 万人まで落ちることが予測されており、総人口に占める 65 歳の割合が約 40%に増加し、生産年齢人口は 2010 年と比べて半分近くまで減少すると予想されています。

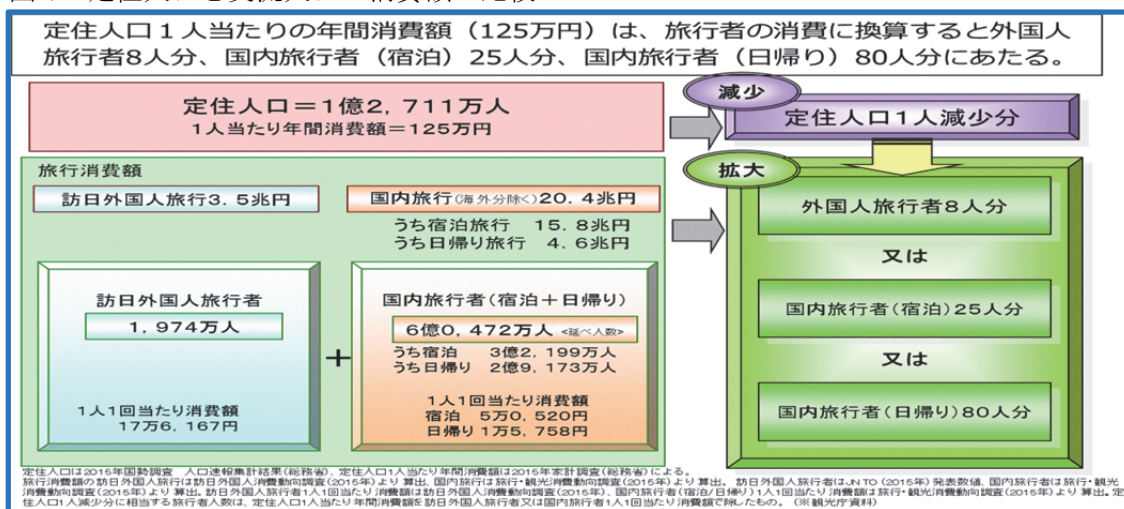
図 6：日本の人口予測の推移



出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（中位推計）

人口が減ることで懸念されることの一つが経済活動の縮小です。国の試算によると、定住人口が一人減ることで年間の消費額が約 125 万円減ることとなっています。このことで地域経済に大きな影響が出ますが、この消費額の減少を交流人口（＝地域外からの旅行者・訪問者）で埋め合わせをしようという考え方が観光産業の促進の一つの理由となっています。なお、一人の定住人口減少は、外国人観光客 8 名で補える計算となっており、各地域が外国人旅行者の誘致に熱心になっている背景となっています。

図 7：定住人口と交流人口の消費額の比較



出典：観光庁

以上のような背景を踏まえ、国は観光業を 21 世紀のリーディング産業と捉え、観光立国の実現に向けて様々な施策を打っています。また、外国人観光客を中心として目標を設定しています。

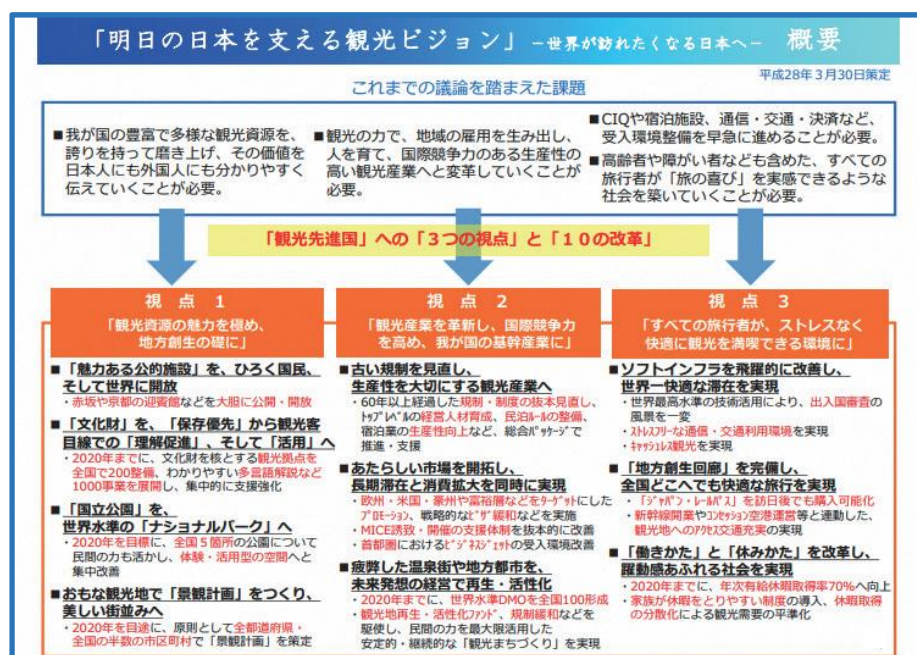
図 8：2030 年に向けた観光の目標



出典：観光庁

なお、観光は「産業としての役割」と「地方創生としての役割」という2つの重要な役割を担っています。特に地方においては、観光を活用して地域経済を立て直すことや観光を活用したまちづくりに期待が寄せられています。

図 9：「観光先進国」への「3 つの視点」と「10 の改革」



出典：観光庁

2. 茨城県の観光の現状

本節では、茨城県の観光レクリエーション現況等から県内の観光の現状を確認します。

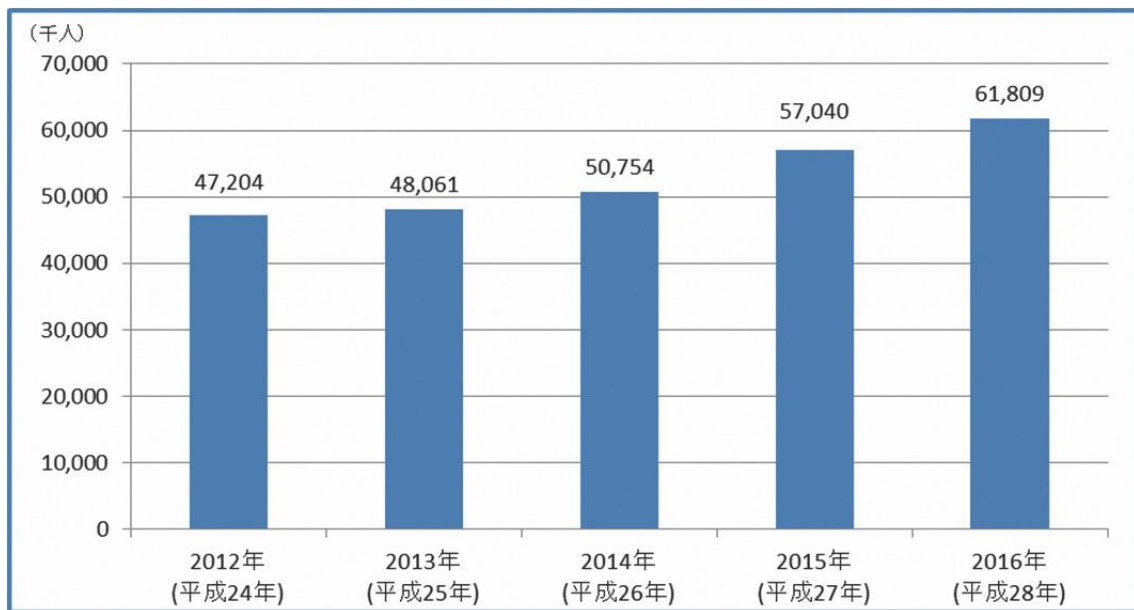
① 茨城県の観光客の動向

2016（平成28）年の茨城県における入込客数は61,809千人で、前年対比108.4%となっています。また、過去5年の推移を見ても堅調に増加していることが分かります。

図10：茨城県における入込客数（延べ人数）の推移

（単位：千人）

区分	2012年 (平成24年)	2013年 (平成25年)	2014年 (平成26年)	2015年 (平成27年)	2016年 (平成28年)
入込客数	47,204	48,061	50,754	57,040	61,809
前年比（%）	119.5(%)	101.8(%)	105.6(%)	112.4(%)	108.4(%)



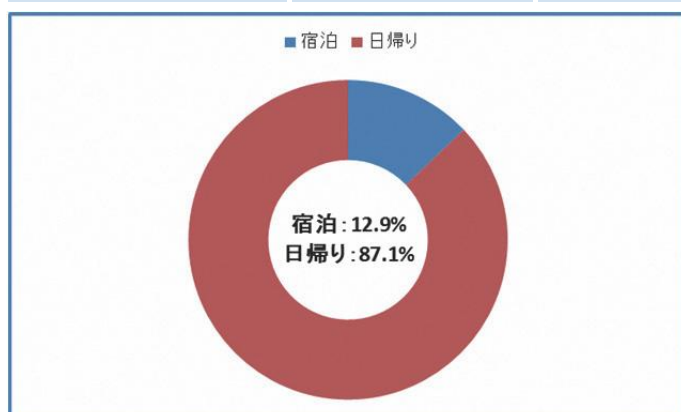
出典：茨城県 茨城の観光レクリエーション現況（観光動態調査報告）

次に、茨城県における日帰り・宿泊別入込客数の割合を確認します。グラフのとおり、宿泊12.9%に対して、日帰り87.1%と圧倒的に日帰り客が多いことが分かります。

図 11：茨城県における日帰り・宿泊別入込客数（2016（平成 28）年）

（単位：千人）

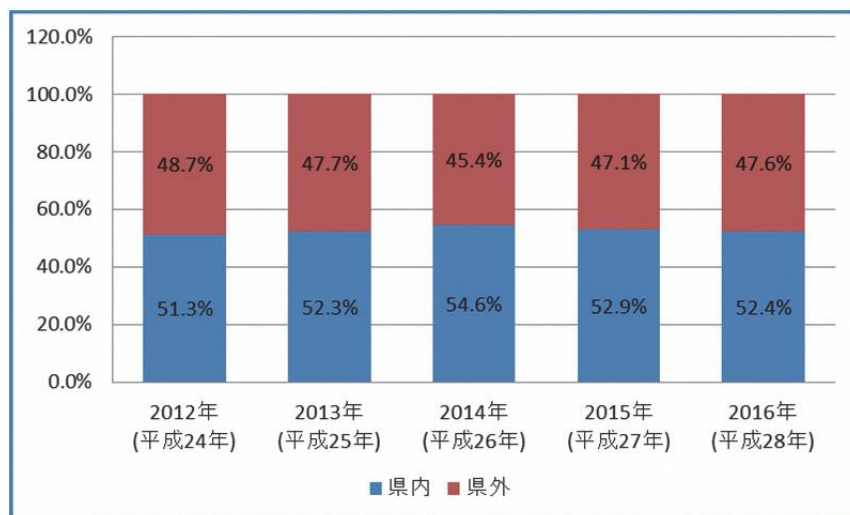
	宿泊	日帰り	計
入込客数	5,345	36,028	41,373
構成比（%）	12.9(%)	87.1(%)	100.0(%)



出典：茨城県
茨城の観光レクリエーション現況

また、茨城県を来訪する観光客のうち、県内観光客は 52.4%、県外観光客は 47.6%と、県内観光客の方が多いことが分かります。

図 12：県外・県内別入込客数（延べ人数）の構成比の推移



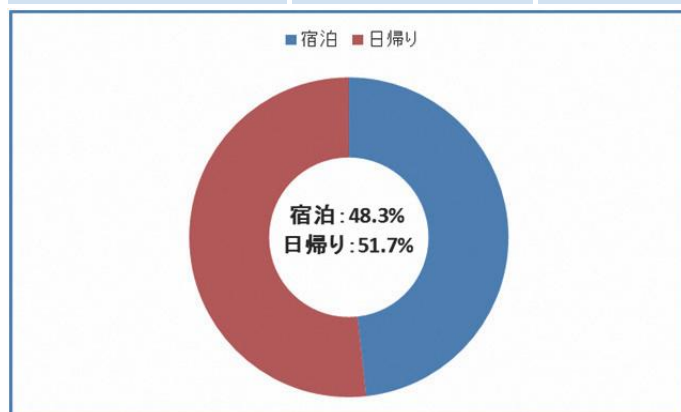
出典：茨城県 茨城の観光レクリエーション現況

最後に、茨城県における観光消費額を確認します。2016（平成 28）年の観光消費額は約 2,731 億円で、対前年比 1.3%の増加でした。また、日帰り・宿泊別観光消費額の割合を確認すると、宿泊 48.3%、日帰り 51.7%となっており、入込客数では宿泊の割合が約 13%程度しかないにもかかわらず、観光消費額に関しては約半分程度になっており、消費における宿泊顧客の重要性が分かります。

図 13：茨城県における日帰り・宿泊別観光消費額（2016（平成 28）年）

（単位：百万円）

	宿泊	日帰り	計
観光消費額	131,816	141,255	273,071
構成比（％）	48.3(%)	51.7(%)	100.0(%)

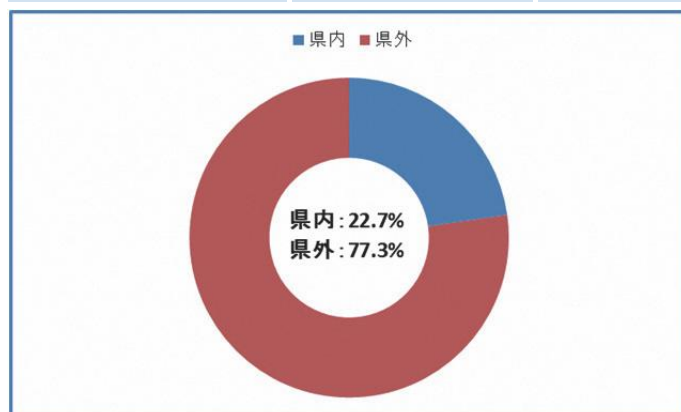


出典：茨城県
茨城の観光レクリエーション現況

加えて、県内外別観光消費額を見ても、県外が約 77%，県内が約 23%となっており，県外客の消費額の高いことが分かります。つまり，宿泊を伴う観光客や県外からの観光客は観光消費の観点では重要だということです。

図 14：茨城県における県内外別観光消費額（2016（平成 28）年）

	県内	県外	計
観光消費額	62,089	210,982	273,071
構成比（％）	22.7(%)	77.3(%)	100.0(%)



出典：茨城県

② 茨城県の訪日外国人観光客の動向

2016（平成 28）年に茨城県を訪問した外国人観光客は 25 万 9 千人でした。対前年比で，約 10%程度の伸び率となっています。なお，その中から茨城空港からの入国者数は 67,000 人程度で，全体の約 26%程度の利用割合となっています。

図 15：茨城県における訪日外国人の入込客数について

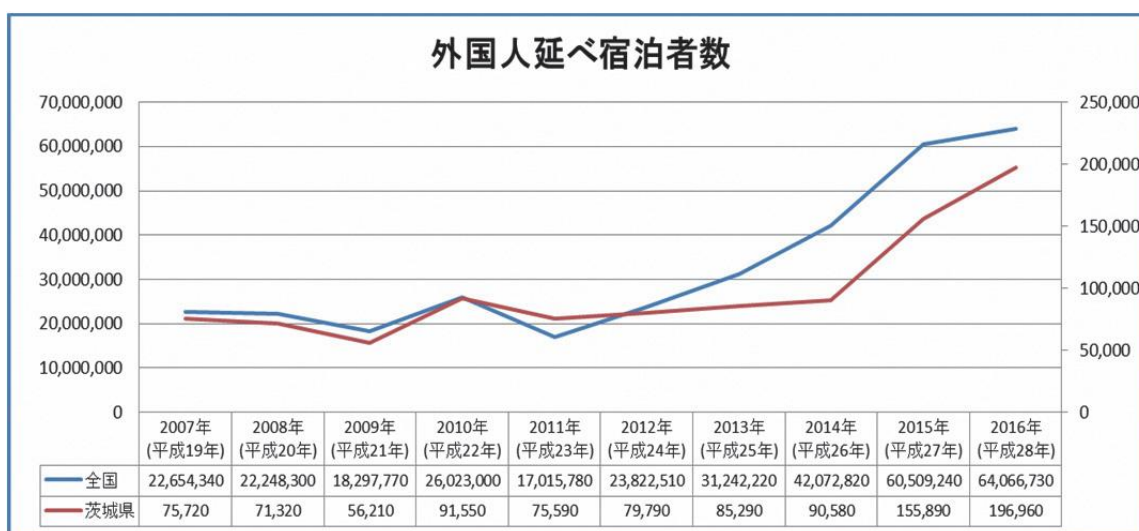
(単位：千人)

	2016 年 (平成 28 年)	2015 年 (平成 27 年)	2014 年 (平成 26 年)	2013 年 (平成 25 年)	2012 年 (平成 24 年)	2011 年 (平成 23 年)
茨城空港以外から 来訪する外国人※	192	177	147	103	100	74
茨城空港 入国外国人	67	58	40	33	28	19
合計	259	235	187	136	128	93

出典：茨城県 茨城の観光レクリエーション現況

また、2016（平成 28）年の茨城県における訪日外国人観光客の延べ宿泊数は、約 19 万 7 千人泊となり、対前年比約 26%程度の伸び率となっています。

図 16：茨城県における訪日外国人観光客の延べ宿泊者数の推移



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

③ 茨城県における空港・高速道路等の状況

茨城県には、海外・国内への旅客便が就航している「茨城空港」があります。この空港を活用することで、さらなる観光客の取込みが可能と考えられます。2010（平成 22）年度から 2016（平成 28）年度までの利用状況は以下の図のとおりです。

図 17：茨城空港における旅客実績

年度	国内旅客数 (人)	国際旅客数 (人)	旅客数 (人)
2009 年度(平成 21 年度) (3/11～3/31)	666	7,840	8,506
2010 年度(平成 22 年度)	96,098	106,972	203,070
2011 年度(平成 23 年度)	238,135	55,068	293,203
2012 年度(平成 24 年度)	308,649	99,490	408,139
2013 年度(平成 25 年度)	286,918	100,178	387,096
2014 年度(平成 26 年度)	418,504	119,711	538,215
2015 年度(平成 27 年度)	403,700	150,650	554,350
2016 年度(平成 28 年度)	462,871	149,445	612,316
2017 年度(平成 29 年度) (1 月現在)	479,967	85,876	565,843
累計	2,695,508	875,230	3,570,738

出典：茨城空港

なお、2018（平成 30）年 3 月下旬から週 2 便で台湾の台北との間で、タイガーエアによるチャーター便が就航しています。このチャーター便を入れて、現在、茨城空港からは、国内 4 ヶ所、海外 2 ヶ所の都市に就航しています。また、香港の旅行会社 EGL ツアーズの袁 文英（エン ブンエイ）社長が茨城国際観光大使に委嘱されました。このようなことから今後一層台湾・香港を中心とした外国人観光客の来県にも期待が持てます。

図 18：茨城空港の就航路線



出典：茨城空港

高速道路については、2017（平成 29）年 2 月 26 日、圏央道の境古河インターチェンジ（I C）ーつくば中央 I C が供用され、県内区間の全線が開通しています。このことで、神奈川県や埼玉県との結び付きが強くなり、北関東道と合わせて、今後の観光客誘致にも

プラスとなっていくことが想定されています。また、一般道路に関しては、常陸太田市内の国道 461 号線水府・里見間の道路改築工事が行われており、今後、県北地域の東西の移動が容易になり、周辺地域との周遊観光が盛んになることが期待されています。

図 19：茨城県を取り巻く高速道路網の変化



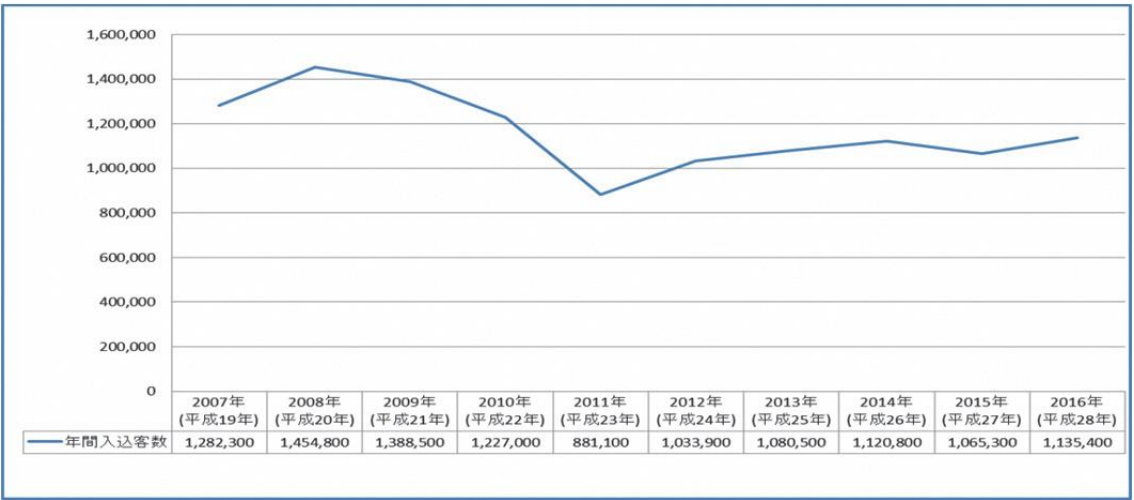
出典：国土交通省・東日本高速道路株式会社 記者発表資料

3. 大子町の観光の現状

① オープンデータから見る大子町における観光客の現状

大子町を訪問する観光客数は、100 万人程度で推移しています。東日本大震災以降、緩やかな回復傾向にありますが、東日本大震災前には戻り切っていないことが分かります。

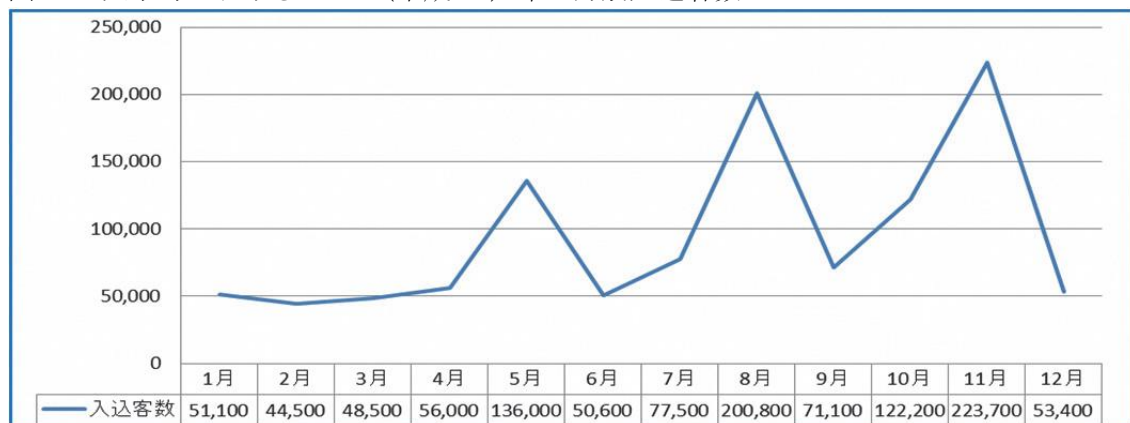
図 20：大子町における入込客数の推移



出典：茨城県 茨城の観光レクリエーション現況より抜粋、加工

大子町における月毎の入込客数を確認してみると、8月が20万人、11月が22万人と突出して多い数字となっています。一方、12月から3月までは、約5万人程度とトップシーズンの1/4程度となっており、一年を通じての平準化が図られていないことが分かります。

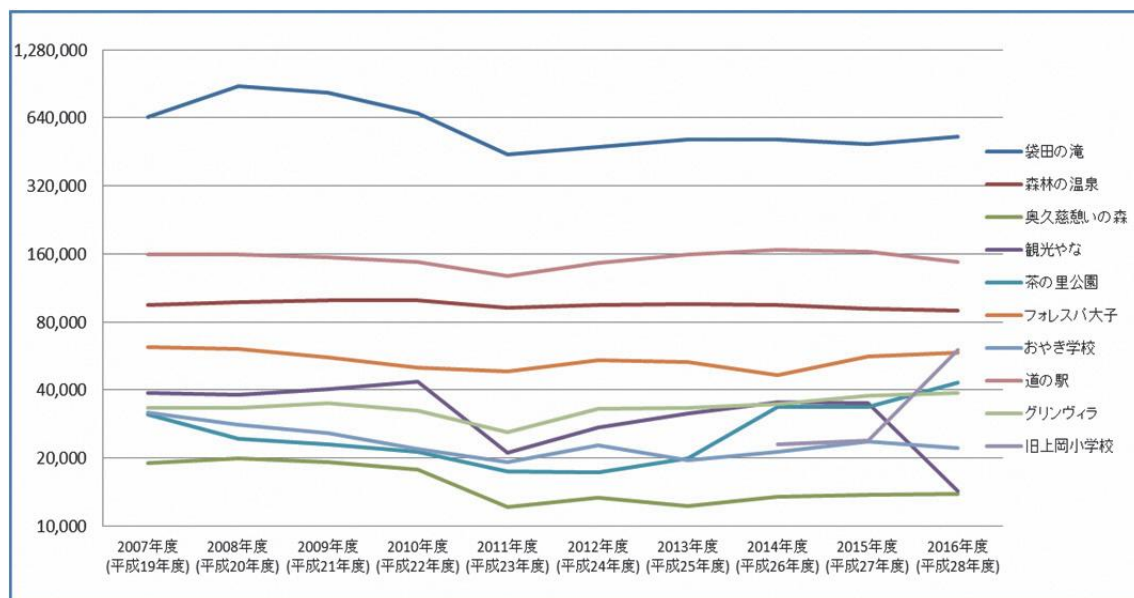
図 21：大子町における 2016（平成 28）年の月別入込客数



出典：茨城県 茨城の観光レクリエーション現況より抜粋、加工

大子町における主な観光施設の入場者数は以下のとおりです。図で示すように、袋田の滝への一極集中が顕著であり、町内の周遊が図られていないという問題が垣間見られます。

図 22：大子町の主な観光施設の入場者数の推移

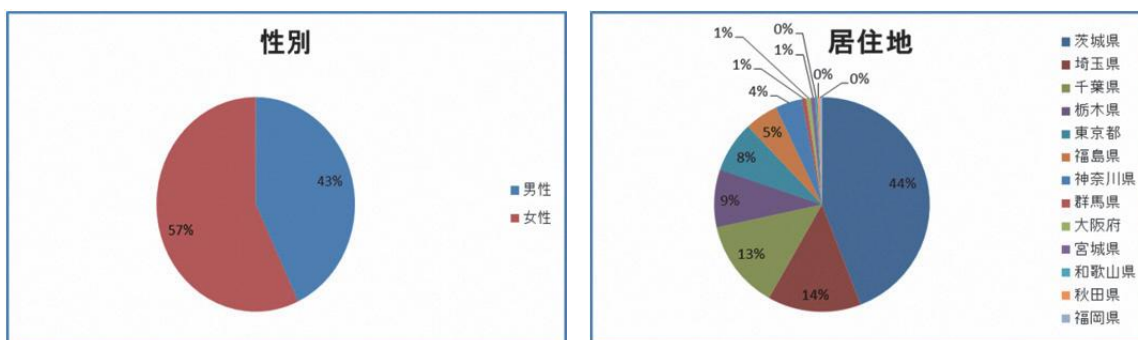


出典：大子町

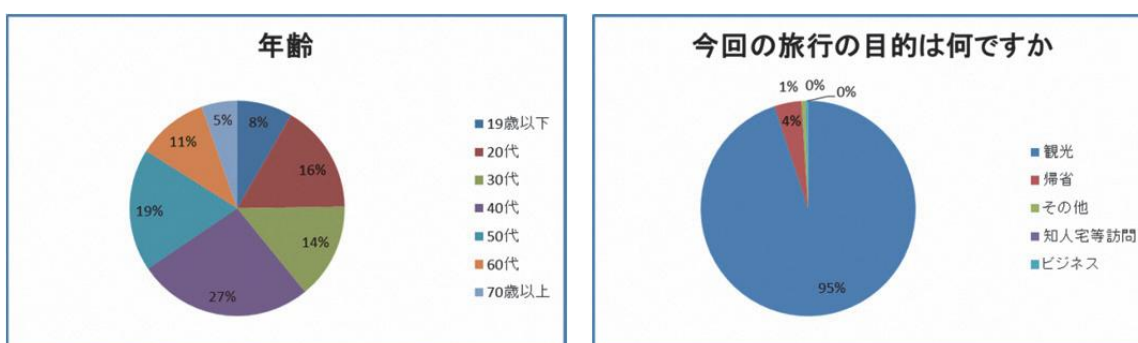
② 独自観光客アンケート調査からみる観光客の現状

今回の観光振興基本計画の策定にあたり、2018（平成 30）年 1 月に 3 日間（6 日（土）～8 日（月・祝））袋田の滝で独自観光客調査を実施しました。有効数 300 の回答が得られましたので、以下にその調査の結果を列挙します。

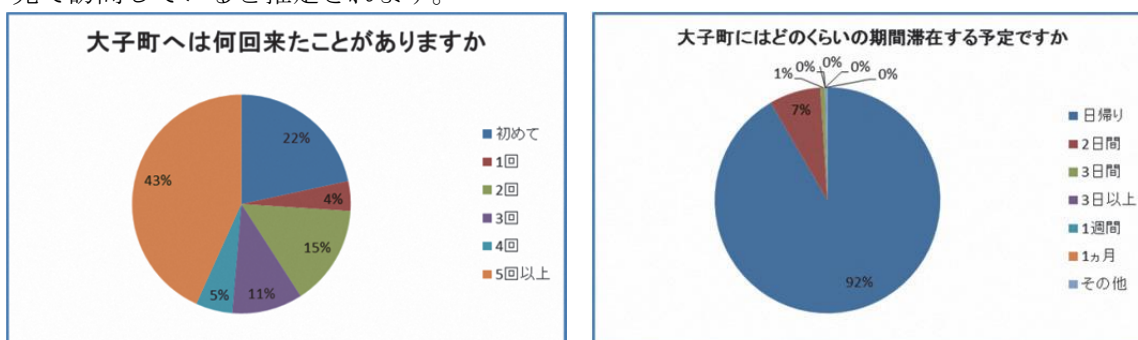
今回の調査では、訪問者の 57%が女性でした。また、観光客の居住地は県内 44%, 埼玉 14%, 千葉 13%, 栃木 9%の順となっています。



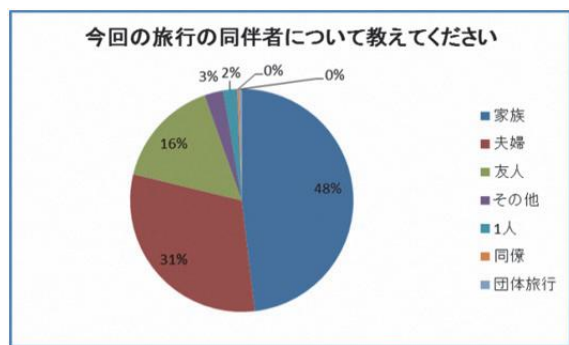
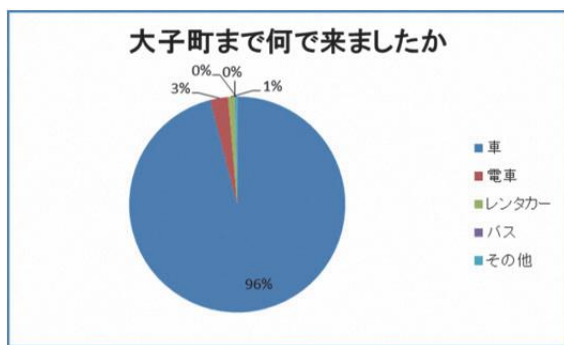
訪問者の年齢は、40代 27%, 50代 19%, 20代 16%, 30代 14%となっています。また、旅行の目的は 95%が観光となっています。



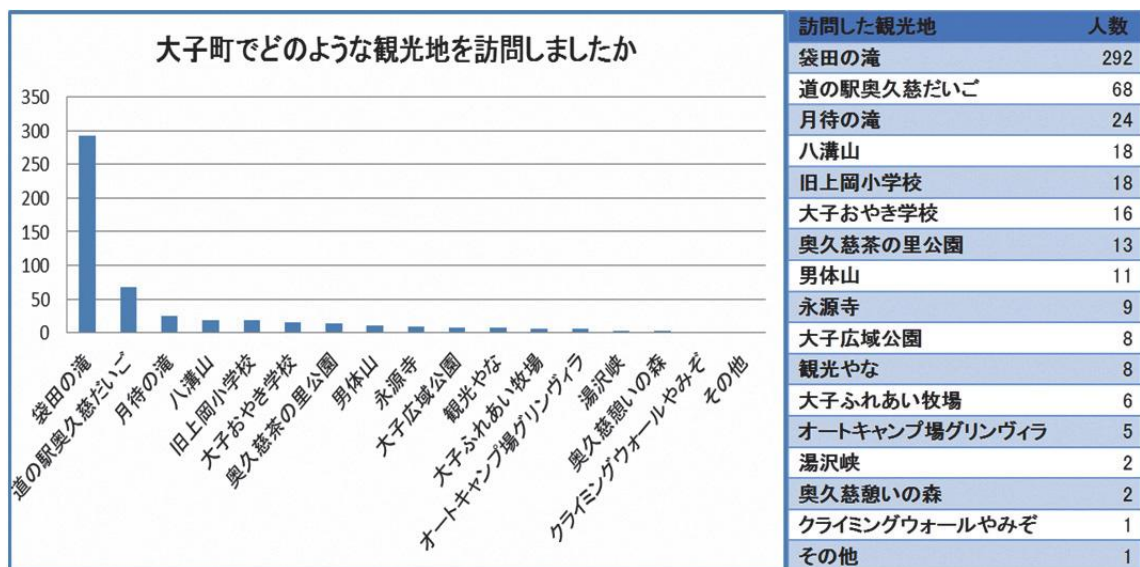
太子町への訪問回数は 5 回以上が 43%と最も多く、次いで、初めてが 22%となっています。滞在日数は 92%が日帰りとなっており、多くの観光客が何度も日帰りで袋田の滝に観光で訪問していると推定されます。



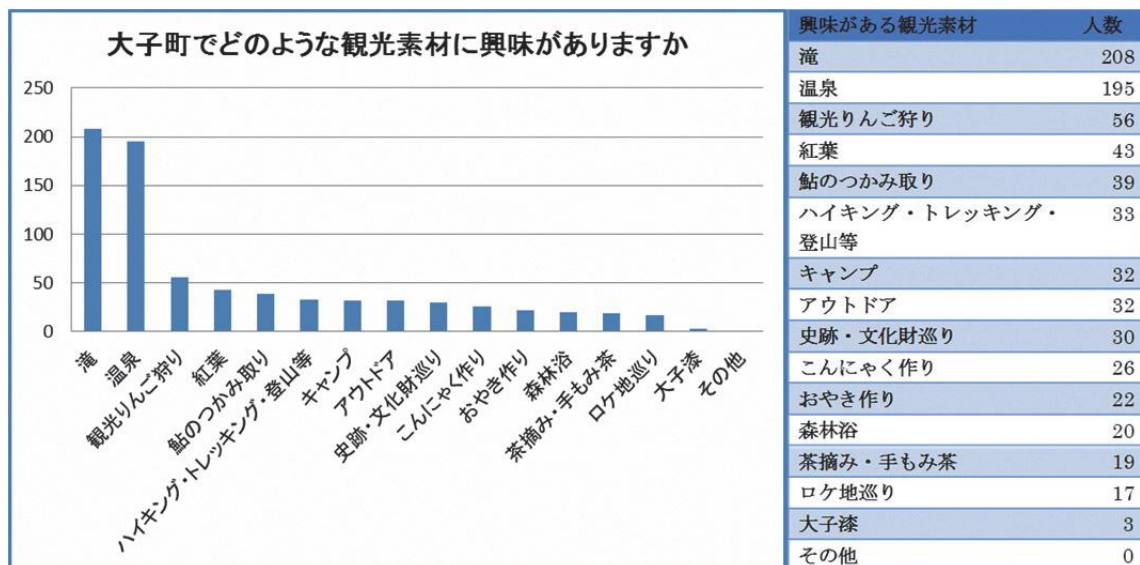
太子町までの交通手段はマイカーが 96%と圧倒的に多いです。また、同伴者は 48%が家族であり、次いで夫婦 (31%), 友人 (16%) となっています。



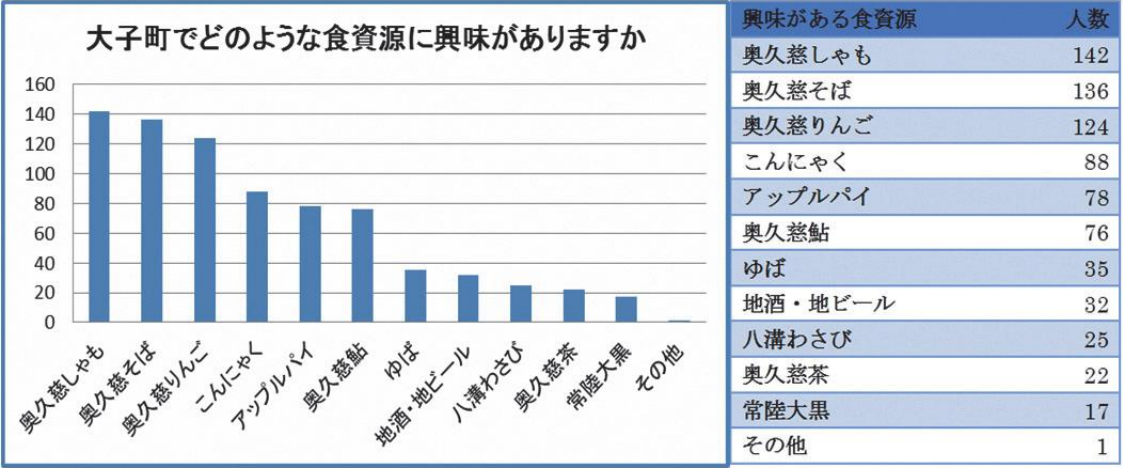
町内で訪問した観光箇所は圧倒的に袋田の滝となっています。2 番目は道の駅奥久慈だいがとなっており、大子町の調査と同様の傾向となっていることが分かります。



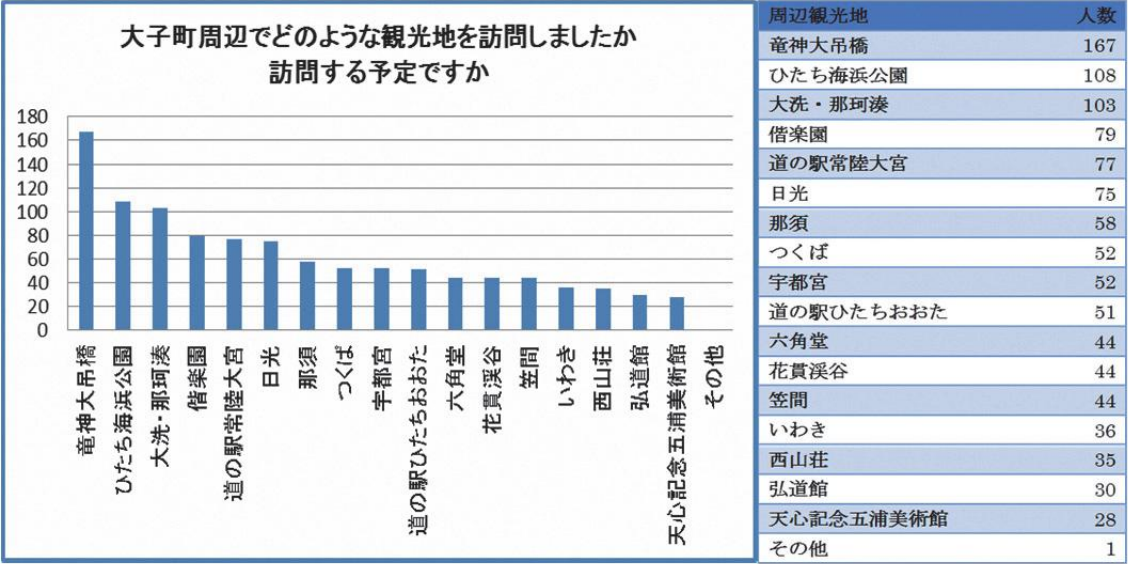
観光客が潜在的に興味を持っている観光素材は、滝、温泉、観光りんご狩り、紅葉、鮎のつかみ取り、ハイキング・トレッキング・登山等、キャンプとなっており、温泉、食、体験などは、今後観光資源として磨き上げをする素材として期待が持てます。



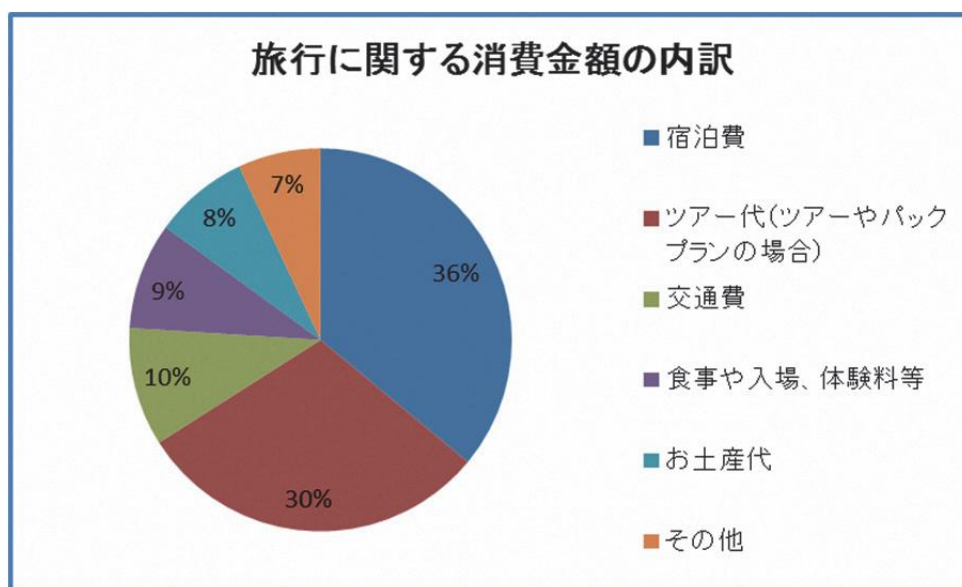
観光客が興味を持つ食資源は、「奥久慈しゃも」、「奥久慈そば」、「奥久慈りんご」の順となっており、食に関する奥久慈ブランドを強化することでさらなる需要喚起に繋がることが期待できます。



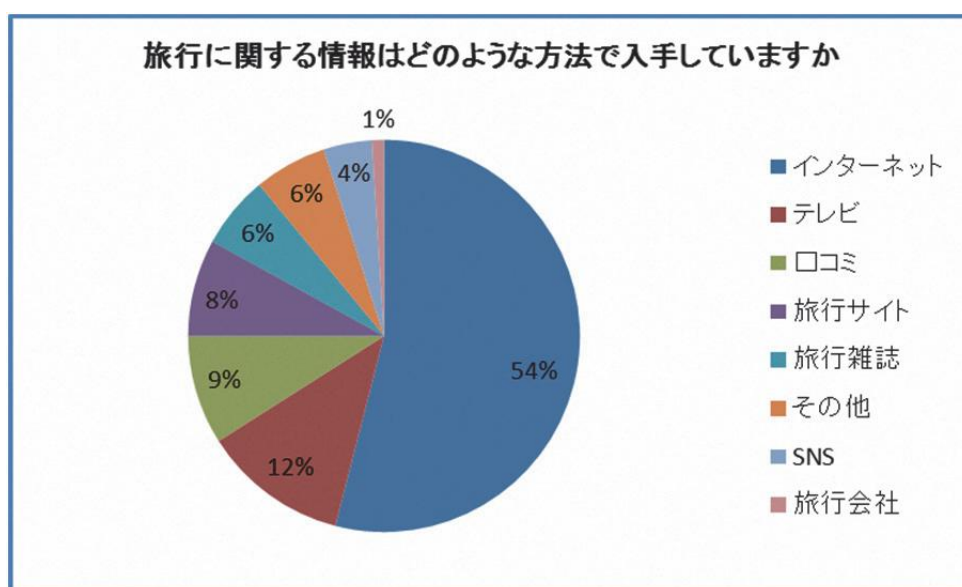
町外でどのような観光地を訪問しているか確認したところ、竜神大吊橋、ひたちなか海浜公園、大洗・那珂湊、偕楽園、道の駅常陸大宮という「県内主要観光箇所」を回っている観光客と、日光、那須、宇都宮という「栃木県の主要観光箇所」を周遊している観光客が存在することが分かりました。今後の周遊コースの作成に当たっては県内周遊及び栃木県との連携も考えられることが分かります。



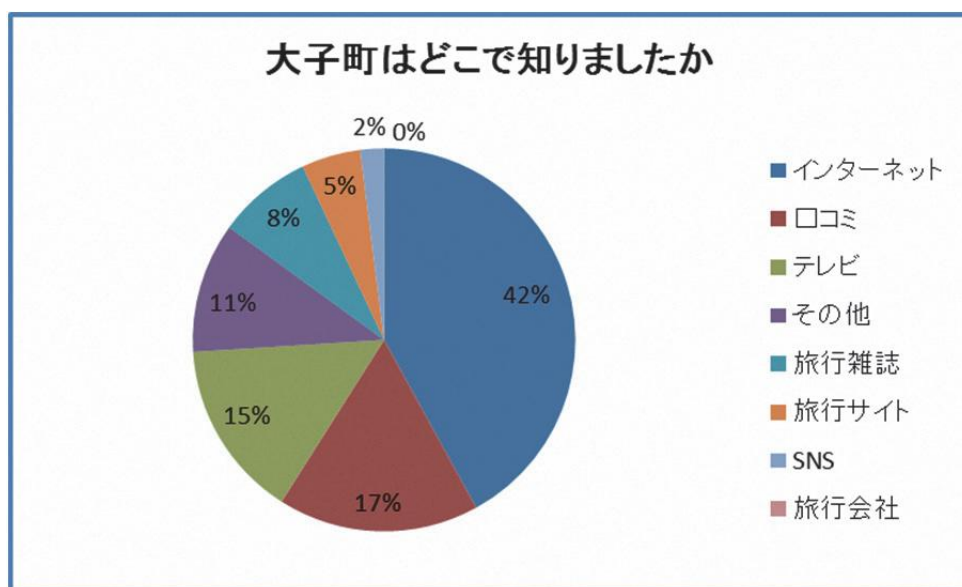
観光客の消費項目について確認したところ、大子町を訪問した観光客は、宿泊費：17,245 円(36%)、ツアー代：14,490 円(30%)、交通費：4,786 円(10%)、食事や入場、体験料：4,193 円(9%)、お土産代：4,051 円(8%)という金額・割合で消費していることが分かりました。消費金額に占める宿泊費の割合が高いだけに、今後宿泊客を増やすことが町内の観光消費額増加に繋がることが想定でき、宿泊客を増やす取組の重要性が分かります。



旅行に関する情報をどのように入手しているか聞いたところ、インターネットが 54%、テレビが 12%、口コミが 9%、旅行サイトが 8%の順となっています。



一方、大子町をどのように知ったかを聞いたところ、インターネット 42%、口コミが 17%、テレビが 15%となっています。



③ JTB パワーインデックス調査からみる観光客満足度

JTB が全国の観光地で調査している観光に関する調査データで大子町を確認します。

まず、大子町に対する「総合満足度」は全国平均を上回りますが、それ以外は下回ることが分かります。特に、「認知率」、「訪問意向」、「訪問経験」は低い傾向にあります。つまり、大子町を知ってもらう事、行ってみたいと思わせることが大切だと分かります。

次に、観光客が何に満足しているかを確認します。「自然」は高く、「活動」、「まち」は平均を上回ります。「宿」は低い傾向にあります。満足度の高い「自然」を押出した観光商品を造成することと、「宿」の満足度アップを図る両面の取組が大切であると言えます。

図 23：総合スコア

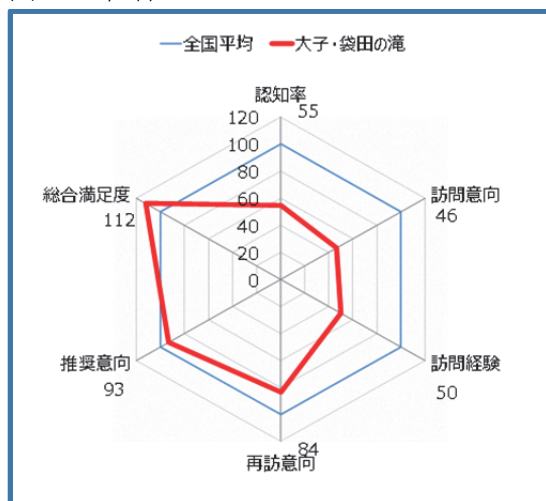
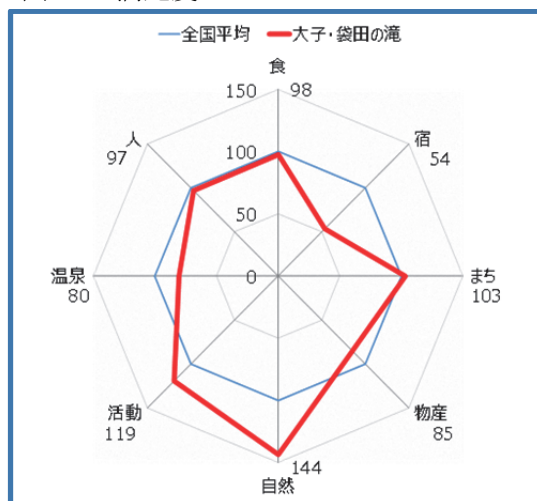


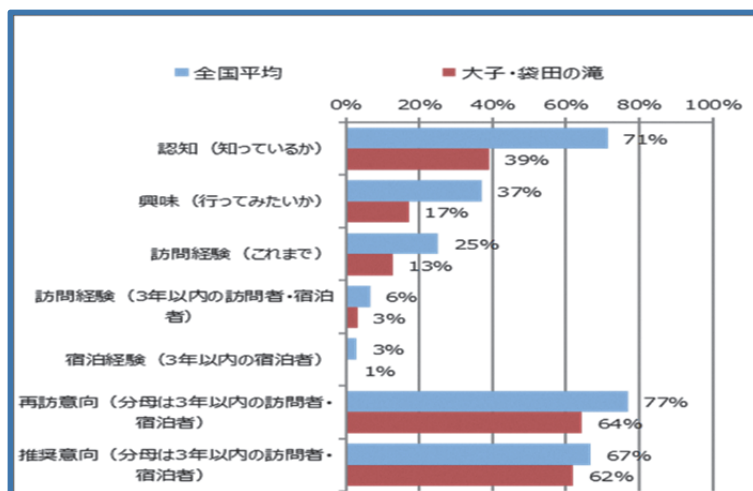
図 24：満足度スコア



出典：JTB パワーインデックス

最後に、「認知」、「興味」、「訪問経験」、「訪問意向」、「推奨意向」などを全国平均と比較します。その結果、「認知」、「興味」、「訪問経験」が特に低いことが分かります。一方、「再訪意向」、「推奨意向」は全国平均よりは低いものの、前者 3 項目ほどの乖離は見られないことが分かります。

図 25：ブランドインデックス

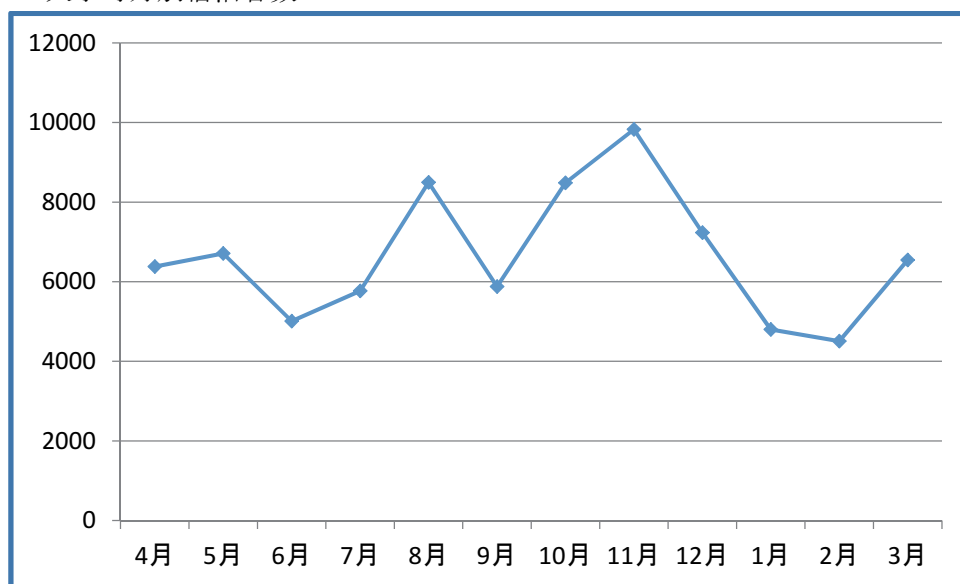


出典：JTB パワーインデックス

④ 大子町における宿泊客の動向

本計画書を策定するに当たり、町内の主な宿泊施設に宿泊客の実態を調査しました。月別宿泊者数で見ると、11月の行楽シーズンが最も多く、次いで8月、10月に宿泊者数が多い結果となっています。

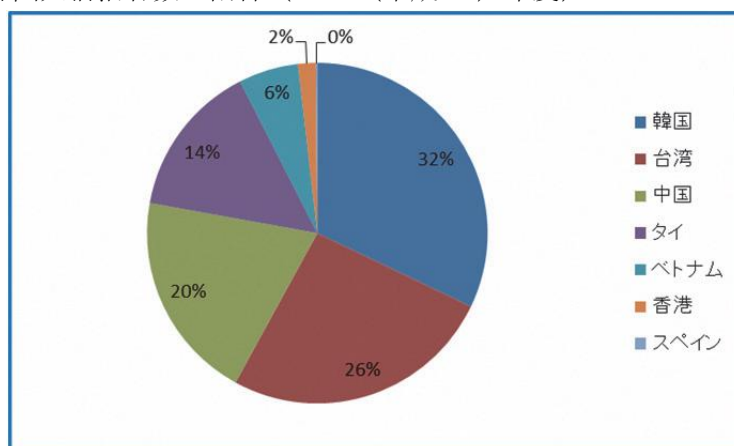
図 26-1：大子町月別宿泊者数



出典：茨城県ホテル旅館生活衛生同業組大子支部加入施設調査より

外国人の宿泊者数で見ると、上位5ヶ国は韓国32%、台湾26%、中国20%、タイ14%、ベトナム6%という結果となっています。

図 26-2：国別外国人宿泊者数・割合（2016（平成 28）年度）

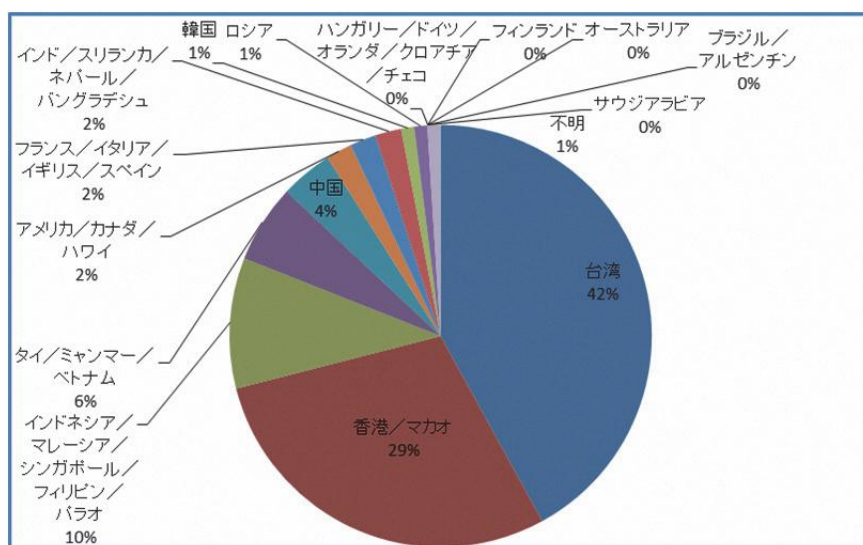


出典：茨城県ホテル旅館生活衛生同業組大子支部加入施設調査より

⑤ 大子町における訪日外国人観光客の動向

袋田の滝を訪問する外国人の割合は、多い順に台湾 42%、香港/マカオ 29%、インドネシア/マレーシア/シンガポール/フィリピン/パラオ 10%となっています。

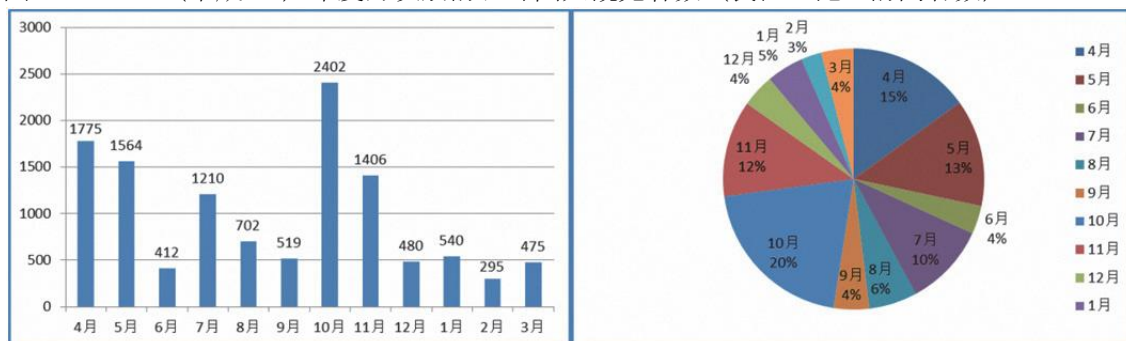
図 27：袋田の滝を訪れるインバウンド客の国・地域の数・割合（2017.10.18～11.30）



出典：袋田観瀑施設調べ

次に 2016（平成 28）年度の月別の袋田の滝への外国人観光客の訪問者数と割合を確認したところ、10 月が 20%、4 月が 15%、5 月が 13%、11 月が 12%の順となっています。また、袋田の滝の全訪問者に占める外国人観光客の割合は、2016（平成 28）年度：2.2%（11,780 人）となっています。

図 28：2016（平成 28）年度月次別訪日外国人観光客数（袋田の滝の訪問者数）

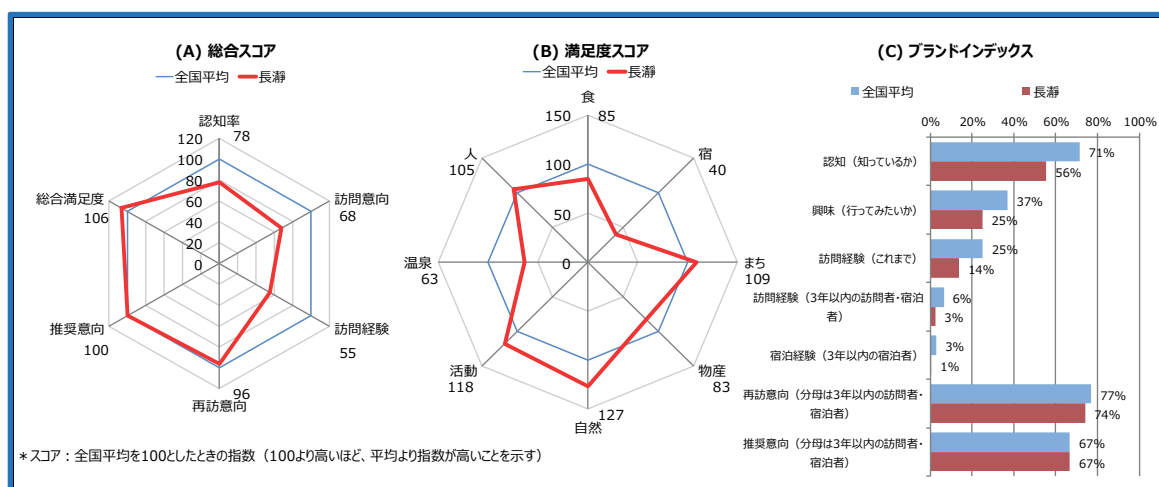


出典：袋田観瀑施設調べ

⑥ 類似観光地の比較

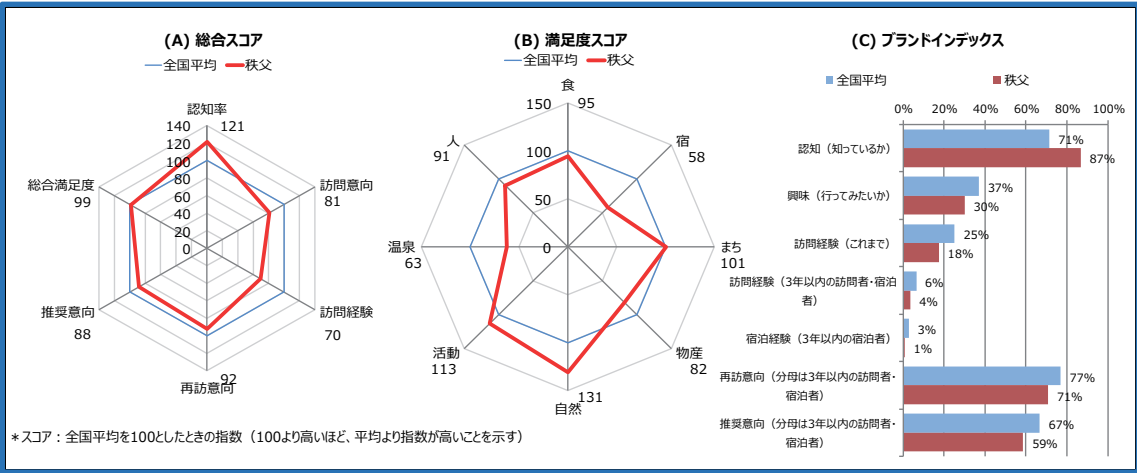
JTB のパワーインデックスを活用して類似観光地との比較を実施します。類似観光地として、大子町と同様自然が豊かであり、都心から一定の距離がある埼玉県の「長瀨」，「秩父」を選定しました。その結果，大子町は，総合満足度では高い評価を得ているものの，「認知率」と「訪問意向」においては低い評価となっており，課題が存在することが分かりました。

図 29：長瀨のパワーインデックスのスコア



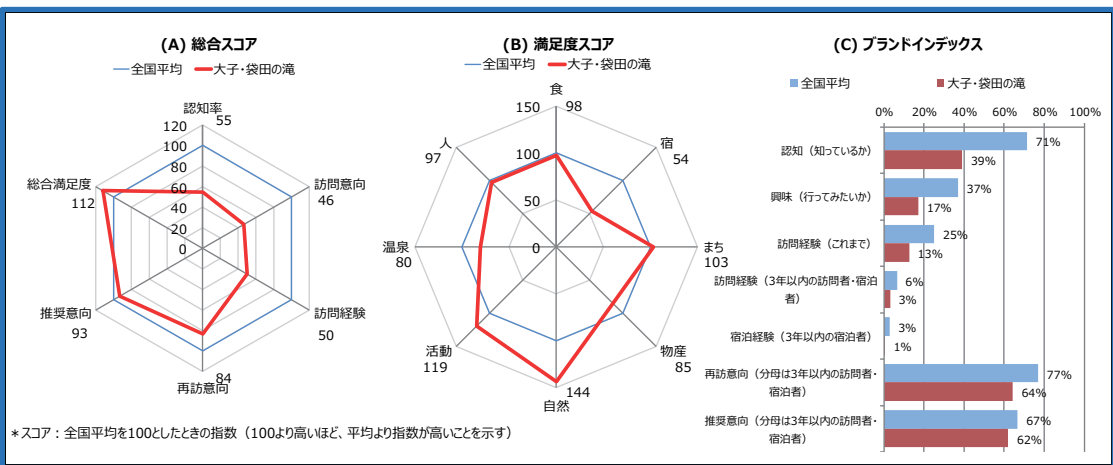
出典：JTB パワーインデックス

図 30：秩父のパワーインデックスのスコア



出典：JTB パワーインデックス

図 31：大子・袋田の滝のパワーインデックスのスコア（再掲）



出典：JTB パワーインデックス

図 32：3 エリアの各項目の点数の比較

項目	大子	長瀨	秩父
総合満足度	112	106	99
認知率	55	78	121
訪問意向	46	68	81
訪問経験	50	55	70
再訪意向	84	96	92
推奨以降	93	100	88

4. 大子町を取り巻く現況（SWOT 分析）

以上の分析に加え，大子町を取り巻く現況を SWOT 分析で以下のとおりまとめます。

内部環境	<強み> ✓ 国名勝・日本三名瀑等の「滝」 ✓ 県内最高峰や奇峰等の「山」 ✓ 清流・鮎釣りのメッカ等の「川」 ✓ 奥久慈ブランドの「食」 ✓ 県内唯一の「温泉郷」	<弱み（課題）> ✓ 全国の観光地と比較して認知度・訪問意向（興味）が低い ✓ 入込客数が東日本大震災前まで回復していない ✓ 袋田の滝一極集中で町内周遊が図られていない ✓ 宿泊の割合（観光消費額）が低い ✓ 季節偏重・観光コンテンツ不足 ✓ 他の観光地との連携不足
外部環境	<機会> ✓ 癒しブーム ✓ グルメ人気 ✓ キャンプ，登山等のアウトドア人気 ✓ 女性旅行者の増加 ✓ 外国人観光客の増加 ✓ いきいき茨城ゆめ国体、東京オリンピック・パラリンピック等のビッグイベント ✓ 広域道路網の整備	<脅威> ✓ 人口減少・少子高齢化による日本人国内旅行需要縮小のおそれ ✓ 他地域の観光地との競争 ✓ 観光客ニーズの変化・多様化 ✓ 従来型観光地の相対的な魅力低下

弱み（課題）を克服するとともに，強み（滝・山・川・食・温泉）を活かし，機会（女性旅行者，特定目的型旅行者，外国人旅行者，ビッグイベント）を着実に掴むことが大切です。

（例）

- ・ 認知度を高める → プロモーションの強化
- ・ 入込客数の回復，宿泊の割合を高める，季節偏重・観光コンテンツ不足，他の観光地との連携不足 → コンテンツ開発・磨き上げ，広域連携の促進
- ・ 観光地一極集中・点在化，訪日外国人対応不足 → 受入体制整備・町内連携強化

第3章 将来ビジョン及び観光振興の基本方針について

1. 大子町の将来ビジョンと目標

これまで整理した大子町の観光の現状，課題から本計画の観光振興に際しての将来ビジョン・目標・計画実行のためのキーワードを以下のとおり示します。

目指すべき姿

大子町の重点資源である「滝」・「山」・「川」・「食」・「温泉」を活用し，観光客にとって，事業者にとって，住民にとって，実りのある観光立町

観光客

- ◆ 大子町の強みを活かした顧客満足度の向上
- ◆ 大子町のファン，リピーター

事業者

- ◆ 事業の継続・発展
- ◆ 観光産業の裾野拡大（受益者の拡大）
- ◆ 地域経済の活性化

住民

- ◆ 町の持続的な繁栄
- ◆ 観光立町としての町民の誇り
- ◆ 働く場・起業の場としての観光産業

主な課題

入込客数が東日本大震災前まで回復していない

宿泊者の割合が低く（滞在時間が短く），観光消費額が低い

観光立町として，持続可能な取組が必要

目標

観光客を増やす

観光消費額を増やす

観光振興の取組を継続する

主な目標を3点掲げています。

まず、「観光客数を増やす」ために力を入れることは、新規顧客を開拓することです。特に、今まで大子町がターゲットとしていなかったセグメントに訴求することが大切です。一方、今まで訪問頂いたお客様にリピーター・ファンになって頂くための働きかけも重要です。今回の計画では、新規ターゲット顧客層の開拓に力を入れながらも、今までの既存顧客層の満足度向上も図るように対策を講じます。

次に、「観光消費額を増やす」ためには、大子町内を観光客が周遊して楽しみながら消費して頂くことが大切です。そのことが移動代、買い物代、宿泊代に繋がり、地域内の消費額の増加となります。また、そのように観光客が周遊して頂くためには、魅力あふれる観光資源を町内に充実させること、受入環境の整備を重点的に進め、観光客の満足度を高めることが大切になります。

3つの目の「観光振興の取組を継続する」という目標は、作成した計画を確実に遂行する実行力のことです。継続的な取組とすべく、観光客に対する町民のおもてなし意識の醸成や観光や観光産業に対する町民の理解を促すこと、取組を継続できるだけの推進体制の強化などが求められます。

そして、この目指すべき姿を達成するために以下3つのキーワードを掲げます。

■ 3つのキーワード



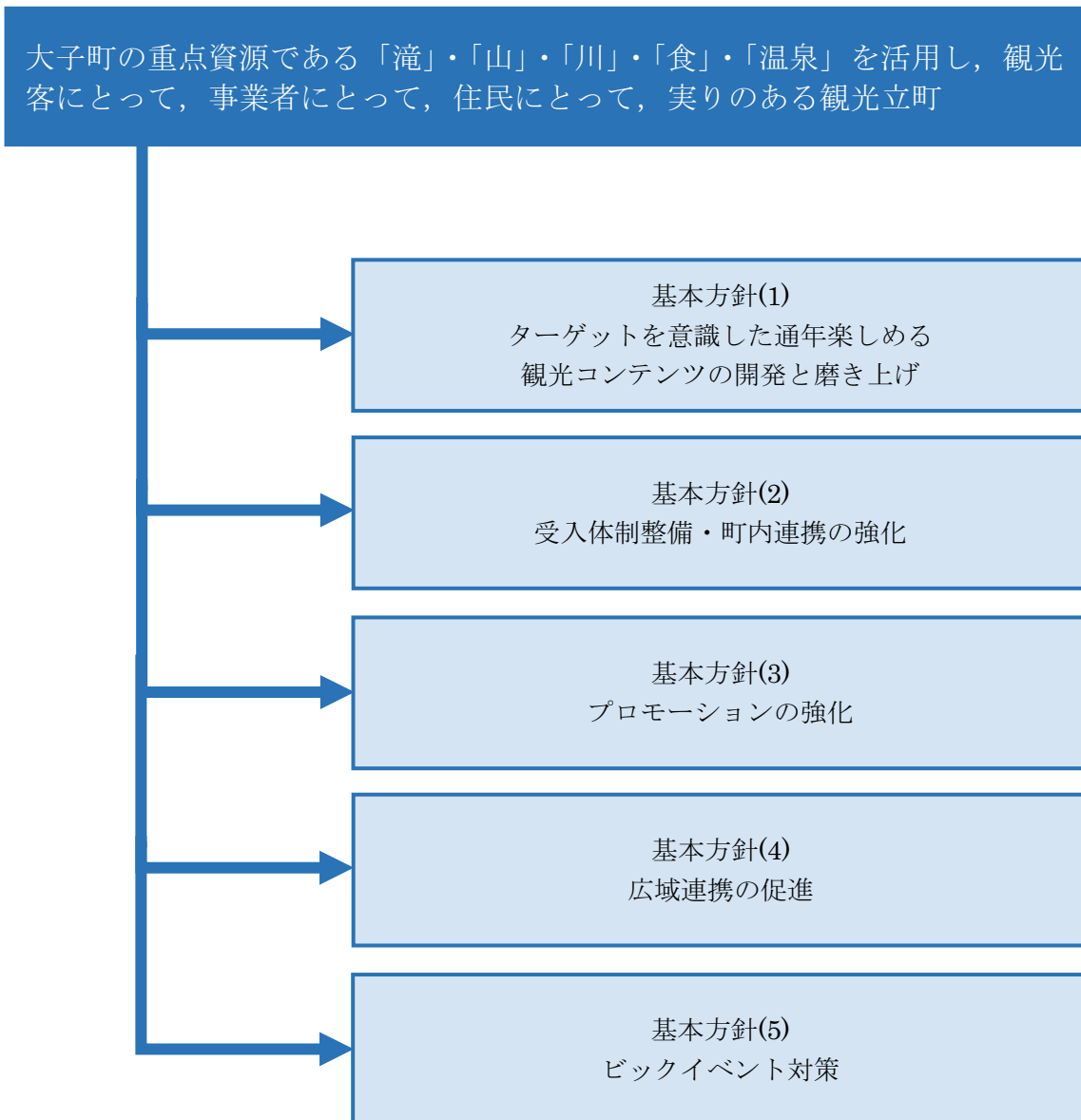
大子町の観光振興計画が実りのあるものになるように、ターゲット顧客層を設定し、他地域との違いを明確にし、それらターゲット顧客層に確実に伝わるプロモーションの展開に力を入れていきます。

ターゲット	：大子の魅力が最も伝わるターゲットを選定すること
差別化	：他の市町村にはない「とっておきの大子」の観光資源を発掘すること
プロモーション	：欲しい情報を欲しい人に効果的に届けるプロモーションを実施すること

2. 観光振興の基本方針

目指すべき姿を実現するための基本方針を以下のとおり設定します。

目指すべき姿



基本方針（１）ターゲットを意識した通年楽しめる観光コンテンツの開発と磨き上げ

大子町の観光の課題の一つに季節偏重というものがありますが、これを克服するためには、観光客が季節を問わず、年間を通じて楽しめるようなコンテンツの開発・磨き上げがより一層大事になります。特に、季節偏重の影響を受けやすい袋田の滝・周辺の魅力向上や、自然・食・温泉といった大子町のキラコンテンツの価値向上を図ることで、季節を問わず顧客満足度を高めることにつながります。また、今回の計画では、ターゲット顧客を設定し、そのターゲットのニーズを的確に捉え、ニーズに合致する観光コンテンツの開発や磨き上げを実施することに力を入れます。

基本方針（２）受入体制整備・町内連携の強化

来訪者・観光客が満足し、大子町のリピーター・ファンになるべく、観光客の受入体制の強化を図ります。例えば、今後より一層来訪が期待される外国人観光客には、言語上の課題解決に向けた受入体制の整備などに取り組んでいきます。その他、観光客の満足度を高めるために、季節毎・テーマ毎に町内周遊できる仕掛けづくりや町民一人一人の情報発信の実施、観光振興策を推進する上での体制作りなどを進めていきます。

基本方針（３）プロモーションの強化

大子町の課題の一つである認知度不足を克服すべく、設定したターゲット毎にプロモーションを展開していきます。特に、大子町の強みである「自然」、「食」、「温泉」などを活用して、新しいターゲット層へのプロモーションを強化します。プロモーションの方法もWEBを活用したプロモーション、フェイストゥフェイスでのプロモーションなど様々なプロモーションの手法を検討・実施していきます。

基本方針（４）広域連携の促進

大子町のみならず、周辺自治体・県内外の観光地と連携して誘客を図ります。特に、多くの観光客が訪れる他地域との連携による相互誘客や他の地域との連携体制の強化を図っていきます。また、旅行会社、交通事業者等と情報・意見交換の場づくりや共同事業の実施など連携を強化していきます。

基本方針（５）ビックイベント対策

2019（平成 31）年の「いきいき茨城ゆめ国体」、2020（平成 32）年の「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」といった国・県を挙げてのビックイベントが今後開催されます。このような好機を大子町の観光振興に繋げるために、様々な連動した誘客対策を講じていきます。また、大手旅行会社、交通事業者とのキャンペーン等とも連動し、様々な相乗効果が発揮できるような取組を進めていきます。

3. 観光におけるターゲットの設定

大子町の目標である観光客を増やし、観光消費額を増加させるためには、既存観光客のほか、新しいターゲットとなる顧客層を設定し、商品作り・プロモーションを展開する必要があります。ここでは、既存顧客層、新規ターゲット顧客層を定義します。

<既存顧客層>

- ① シニア・家族層（県央・県南西、近隣県（栃木県・千葉県等）在住者）
大子町に気軽に手ごろに観光に訪れて頂けるボリュームゾーン。何度も訪れて頂けるリピーター予備軍でもあるので、今後とも満足度向上、継続的な関係構築を図っていきます。

<新規ターゲット顧客層>

- ① 女性旅行者（20・40代のアクティブな女性）
感度・影響力が高く、食・温泉等を楽しみ、アクティブな旅を好む層のことです。
- ② 特定の目的を持った旅行者（登山・サイクリング・トレイルラン等）
特定目的型の旅行者とは、例えば、サイクリングをするために特定の観光地へ行く、トレイルランをするために山へ行く、カヌーを楽しむために川に行くなど、強い動機を持って観光地を選定する層のことです。今までのような「食」、「温泉」といった目的もこの層に含みますが、特に、アウトドアやサイクリングなど、今後より需要が伸びる特定旅行者を意識するようにします。
- ③ 訪日外国人観光客
増加が著しい訪日外国人観光客ですが、特に、台湾、香港の個人客など、日本に何度も来るリピーター層で新しい観光地を探している層を想定します。

この観光振興基本計画では、「既存顧客層」を大切にしながらも、今後取組を強化していきたい「新規ターゲット顧客層」にどのように訴求するかを重要視したものとなっています。

4. 計画の数値目標

本計画における目標を達成するための数値目標を以下のとおり設定します。なお、目標値については、進捗状況を踏まえ、上位計画の太子町総合計画の策定（2019（平成 31 年）度末予定）等に合わせて、見直すことがあります。

指標	目標値（2022 年度）	現状（2016 年度）
入込客数 (茨城県観光客動態調査)	150 万人（※1）	113 万人
延べ宿泊者数 (茨城県ホテル旅館生活衛生 同業組合太子支部加入施設調査)	11.9 万人（※2）	約 7.9 万人 ※回答のあった 11 施設分
訪日外国人観光客数 (袋田の滝観瀑台調査)	4.6 万人（※3）	1.2 万人
観光協会のホームページ 1 日当たり平均訪問者数 (観光協会調査)	1,860 アクセス（※4）	約 1,430 アクセス

※1：太子町第 5 次総合計画後期基本計画の目標を維持

※2：2016 年度の 1.5 倍。茨城県観光振興基本計画（H28 年度・H32 年度）の策定時の目標指数を参考（462 万人→701 万人）

※3：2016 年度の 3.8 倍。茨城県観光振興基本計画（H28 年度・H32 年度）の策定時の目標指数を参考（187 千人→720 千人）

※4：2016 年度と 2022 年度との入込客数目標に比例して指標化。約 1.3 倍（113 万人→150 万人）

第4章 重点取組事項及びアクションプランについて

1. 重点取組事項とアクションプラン

観光振興基本計画の5つの基本方針を具現化するために、13個の重点取組事項及びアクションプランを設定します。なお、アクションプランは現時点の想定であり、状況変化等に応じてアクションプランを適宜見直すこととします。

基本方針	重点取組事項
ターゲットを意識した通年楽しめる観光コンテンツの開発と磨き上げ	①袋田の滝・周辺の魅力向上
	②コアコンテンツの開発・磨き上げ
受入体制整備 ・ 町内連携の強化	③域内連携・域内経済循環の強化
	④訪日外国人観光客の受入体制整備
	⑤町民の情報発信力強化
	⑥推進体制の強化
プロモーションの強化	⑦ターゲット毎のプロモーション
	⑧フィルム・コミッションの積極的活用
広域連携の促進	⑨広域周遊観光の促進
	⑩旅行会社・交通事業者等との連携強化
ビッグイベント対策	⑪「いきいき茨城ゆめ国体」と連動した観光振興
	⑫「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」と連動した観光振興
	⑬大手旅行会社・交通事業者のキャンペーン等との連携

観光客を増やす

観光消費額を増やす

観光振興の取組を
継続する

◆基本方針（１）ターゲットを意識した通年楽しめる観光コンテンツの開発と磨き上げ

重点取組事項	アクションプラン
袋田の滝・周辺の 魅力向上	袋田の滝「恋人の聖地」の魅力向上 ・女性旅行者等をターゲットとした動画制作・PR
	袋田の滝周辺の魅力向上 ・現状・課題分析，方策の検討・実施
コアコンテンツの 開発・磨き上げ	特定目的型旅行者向けコアコンテンツの開発・磨き上げ ・重要資源である「自然」を活用したアクティビティ（アウトドア，サイクリング，森林セラピー等）に関するコンテンツ開発支援
	民間主体による観光コンテンツの開発 ・民間主体の観光誘客事業の開発支援

◆基本方針（２）受入体制整備・町内連携の強化

重点取組事項	アクションプラン
域内連携・域内経済 循環の強化	季節毎，テーマ毎の町内周遊の仕掛けづくり ・袋田の滝や周辺観光スポットを中心として，季節毎，テーマ毎に町内周遊を楽しめる仕掛けづくり
	観光業と他産業との連携による新事業・商品の創出 ・観光業と他産業（農林畜産業等）との連携による土産品，観光コンテンツ開発の支援
訪日外国人観光客の 受入体制整備	コミュニケーションツールの開発・整備 ・訪日外国人観光客向けコミュニケーションツールの開発・整備
	在日外国人等を活用した外国人目線の観光地作り ・訪日外国人観光客に魅力的な観光地となるように在日外国人の知見等を活用
町民の 情報発信力強化	町民の情報リテラシー・発信力の強化 ・町民向けに情報発信に関する講座の開催
推進体制の強化	町役場と観光協会の連携強化 ・観光振興の推進役として，連携の強化及び役割分担の明確化
	関係団体間の連携強化 ・町役場・観光協会が中心となり，関係団体間の連携強化を図るべく，定期的な会合等の実施

◆基本方針（３）プロモーションの強化

重点取組事項	アクションプラン
ターゲット毎のプロモーション	県央・県南西，近隣県（栃木県、千葉県等）へ向けたプロモーションの重点化（リピーター創出） ・観光キャンペーン等の選択と集中 ・継続的な関係構築のためのプロモーションの実証・改善
	女性旅行者に対するプロモーション（新規顧客獲得） ・WEB等効果的なプロモーションの実証・改善
	自然・食・温泉等の特定目的型旅行者に対するプロモーション（新規顧客獲得） ・開発・磨き上げたコアコンテンツ等の効果的なプロモーションの実証・改善
	訪日外国人観光客に対するプロモーション ・県等と連携したプロモーション，広報媒体等の外国語対応
フィルム・コミッションの積極的な活用	フィルム・コミッションの体制強化 ・地域おこし協力隊の活用等による事務局体制強化
	作品・ロケ地のPRの強化 ・ロケ地誘致とともに，作品・ロケ地PRの強化，誘客活用

◆基本方針（４）広域連携の促進

重点取組事項	アクションプラン
広域周遊観光の促進	他地域との広域連携による相互誘客促進及び連携体制の強化 ・相互誘客促進策の検討・実施 ・地域連携DMO（観光地域づくり推進法人）等連携体制の検討・強化
旅行会社・交通事業者等との連携強化	旅行会社，交通事業者等との定期的な情報・意見交換の場づくりや連携による事業実施

◆基本方針（５）ビッグイベント対策

重点取組事項	アクションプラン
「いきいき茨城ゆめ国体」と連動した観光振興	茨城国体と連動した域内誘客・周遊策の検討・実施 ・県等と連携し，国体来場者（関係者含む）等の域内誘客及び周遊策の検討・実施
「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」と連動した観光振興	「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」と連動した域内誘客・周遊策の検討・実施 ・県等と連携し，オリンピック・パラリンピック来場者（関係者含む）等の域内誘客及び周遊策の検討・実施
大手旅行会社・交通事業者のキャンペーン等との連携	大手旅行会社，交通事業者のキャンペーン等への積極的な協力による誘客促進

第5章 推進体制及びスケジュールについて

1. 推進体制

本計画を実行するために、「ALL 大子」で計画を実行していく必要があります。そのため、それぞれの役割を以下のとおり設定します。



2. スケジュール

本計画の各アクションプランの実施スケジュールは以下のとおりです。

			2018年		2019年		2020年		2021年		2022年	
基本方針			上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期
(1)	ターゲットを意識した通年 楽しめる観光コンテンツ の開発と磨き上げ	袋田の滝「恋人の聖地」の魅力向上										
		袋田の滝周辺の魅力向上										
		特定目的型旅行者向けコアコンテンツ開発・磨き上げ										
		民間主体による観光コンテンツの開発										
(2)	受入体制整備 ・ 町内連携の強化	季節毎、テーマ毎の町内周遊の仕掛けづくり										
		観光業と他産業との連携による新事業・商品の創出										
		訪日外国人向けコミュニケーションツールの開発・整備										
		在日外国人等を活用した外国人目線の観光地作り										
		町民の情報リテラシー・発信力の強化										
		町役場と観光協会の連携強化										
		関係団体間の連携強化										
(3)	プロモーションの強化	県央・県南、近隣県（栃木県、千葉県等）へ向けた プロモーションの重点化（リピーター創出）										
		女性旅行者に対するプロモーション（新規顧客獲得）										
		自然・食・温泉等の特定目的型旅行者に対する プロモーション（新規顧客獲得）										
		訪日外国人観光客に対するプロモーション										
		フィルムコミッションの体制強化										
		作品・ロケ地のPR強化										
(4)	広域連携の促進	他地域との広域連携による相互誘客促進及び連携体制 の強化										
		旅行会社、交通事業者等との定期的な情報・意見交換の 場づくりや連携による事業実施										
(5)	ビックイベント対策	「いきいき茨城ゆめ国体」と連動した域内誘客・周遊策の 検討・実施										
		「東京オリンピック・パラリンピック」と連動した 域内誘客・周遊策の検討・実施										
		大手旅行会社、交通事業者のキャンペーン等への 積極的な協力による誘客促進										

資料編

1. 太子町観光振興基本計画策定委員会

区分	氏名	所属	役職
委員長	市川 友英	秀明大学観光ビジネス学部	教授
副委員長	和田 宗介	太子町役場	副町長兼観光商工課長
委員	石井 隆之	太子町観光協会	会長
	松浦 勤	太子町商工会	副会長
	平山 実	袋田清流会	会長
	阿久津 博史	茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合太子支部	支部長
	井坂 邦造	太子町商店会	会長
	大森 有紀	太子町商工会女性部	副部長
	小泉 佐知子	太子町飲食店組合	理事
	仲野 廣	JA 常陸太子町りんご部会	部会長
	長山 勤	一般財団法人太子町振興公社	副理事長
	川井 正人	NPO 法人まちの研究室	理事長
	滝 常容	有限会社滝交通	代表取締役
オブ ザーバー		東日本旅客鉄道株式会社水戸支社	
		茨城交通株式会社運輸部太子営業所	
		茨城県商工労働観光部観光局観光物産課	
		太子町役場まちづくり課	
		太子町役場農林課	
事務局		太子町役場観光商工課	
		株式会社 JTB 関東	

	開催日時	内容
第1回	2017（平成29）年 12月6日（水）	日本の観光産業の現状，太子町の観光産業の現状， 太子町の観光の課題と将来ビジョン
第2回	2018（平成30）年 2月2日（金）	観光振興基本計画の目次案 太子町の現状（現状分析，課題整理） 太子町の観光振興基本計画の骨子
第3回	2018（平成30）年 3月5日（月）	観光振興基本計画 概要版（案）

2. 勉強会（ワークショップ）

名称	開催日時	内容	参加人数
第1回	2018（平成30）年 1月19日（金）	地域資源の洗い出し，ターゲット設定， キーコンセプト作り	23名
第2回	2018（平成30）年 2月8日（木）	太子町観光振興基本計画の基本方針の確認， 太子町観光振興基本計画の主要施策	17名
第3回	2018（平成30）年 3月1日（木）	アクションプラン，KPIの設定	10名

大子町観光振興基本計画

発行日：２０１８（平成３０）年３月

発行・編集：大子町役場観光商工課

住所：茨城県久慈郡大子町大字大子８６６

電話：０２９５－７２－１１３８

FAX：０２９５－７２－１１６７

H P：http://www.town.daigo.ibaraki.jp/